

# OMPI REVISTA

ABRIL DE 2016

Nº 2



Pionero digital, Jaron Lanier nos advierte de los peligros de la cultura de la «gratuidad» de los contenidos en Internet **pág.2**



El auge de la industria cinematográfica china


**pág. 16**



Una dimensión completamente nueva para los videojuegos: entrevista con *Sony Interactive Entertainment* **pág.20**

Día Mundial  
de la Propiedad  
Intelectual 2016 –  
Número especial

Creatividad digital:  
reinventar la cultura

The image is a poster for World Intellectual Property Day 2016. It features a central pixelated figure in shades of brown and gold, set against a dark background. The text is white and positioned in the upper left and center. At the bottom left, there is a hashtag and a website URL.

Día Mundial  
de la Propiedad  
Intelectual de 2016

26 de abril

## Creatividad digital: reinventar la cultura

#worldipday  
[www.wipo.int/ipday](http://www.wipo.int/ipday)

En la economía creativa, el acceso y los modelos empresariales están cambiando de forma radical, debido a que las tecnologías digitales transforman la manera en que se crea, se financia, se distribuye y se consume la cultura. Con ocasión del **Día Mundial de la Propiedad Intelectual**, que este año gira en torno al tema *Creatividad digital: reinventar la cultura*, nos preguntamos qué entienden por creatividad digital los consumidores y las personas de talento que producen la riqueza de un contenido digital al que podemos acceder con solo un clic.

En el presente número especial de la *Revista de la OMPI* examinamos desde distintas perspec-

tivas las oportunidades que ofrece, los retos que entraña y el papel que desempeña la propiedad intelectual en un mercado digital que evoluciona rápidamente. Empezamos con una entrevista a Jaron Lanier, un hombre con una visión futurista y que fue el encargado de pronunciar el discurso de inauguración de un encuentro fundamental, la **Conferencia de la OMPI sobre el mercado mundial de contenidos digitales** (celebrada del 20 al 22 de abril de este año).

Para más información sobre el Día Mundial de la Propiedad Intelectual, síganos en Twitter (#worldipday) y Facebook ([www.facebook.com/worldipday](http://www.facebook.com/worldipday)).

# Índice

- 2 Pionero digital, Jaron Lanier nos advierte de los peligros de la cultura de la «gratuidad» de los contenidos en Internet
- 6 Mycelia: una nueva configuración del panorama musical
- 10 De piratas a corsarios: la opinión de un músico sobre el mercado digital
- 16 El auge de la industria cinematográfica china
- 20 Una dimensión completamente nueva para los videojuegos: entrevista con *Sony Interactive Entertainment*
- 26 Google explica cuál es el motor de la creatividad y de la innovación en la economía digital
- 29 El *Copyright Hub* británico: con licencia para crear
- 33 Crear una industria africana de contenidos digitales
- 37 La colaboración es fundamental para aumentar la accesibilidad: la opinión de una editorial científica

## Agradecimientos:

- 2 **Kevin Fitzgerald**, Consultor, **Geidy Lung** y **Miyuki Monroig**, División de Derecho de Autor, OMPI
- 10 **Paolo Lanteri**, División de Derecho de Autor, OMPI
- 16 **Binying Wang**, Directora General Adjunta, y **Hongbing Chen**, Oficina de la OMPI en China
- 20 **Yuji Okuma**, Oficina de la OMPI en el Japón
- 26 **Michele Woods** y **Paolo Lanteri**, División de Derecho de Autor, OMPI
- 29 **Kevin Fitzgerald**, Consultor, OMPI
- 33 **Carole Croella**, División de Derecho de Autor, OMPI
- 37 **Geidy Lung** y **Miyuki Monroig**, División de Derecho de Autor, OMPI

Redacción: **Catherine Jewell**  
Diseño gráfico: **Annick Demierre**  
Traducción: **Clara Luthi, Diana Gibson**  
y **Ramón Vilà**

Portada:  
de izquierda a derecha:  
Doug Menuez, Stockland Martel;  
Izabela Habur; Zhang Zihong  
imagen principal: Día Mundial  
de la Propiedad Intelectual 2016 –  
Creatividad digital: reinventar la  
cultura

© Organización Mundial  
de la Propiedad Intelectual

# Pionero digital, Jaron Lanier nos advierte de los peligros de la cultura de la «gratuidad» de los contenidos en Internet

Por **Catherine Jewell**,  
División de Comunicaciones  
de la OMPI



Foto: © Doug Menuez, Stockland Martel

Jaron Lanier es especialista en informática, artista virtual y compositor de música clásica, además de un famoso escritor tecnológico. Le gustaría «ver más sistemas en los que cualquier hijo de vecino es remunerado cuando aporta valor a una red digital».

Jaron Lanier, quien pronunciara un discurso en la Conferencia de la OMPI sobre el mercado mundial de contenidos digitales, celebrada del 20 al 22 de abril de 2016, es una personalidad destacada de Silicon Valley, además de precursor en materia de realidad virtual y uno de los escritores más famosos del campo tecnológico. Su preocupación por la situación actual del mundo de Internet es cada vez mayor y nos explica los motivos para corregir el rumbo y la manera de lograrlo.

## *¿Se ha beneficiado la cultura de la revolución digital?*

En algunos aspectos se ha beneficiado y en otros se ha perjudicado. Es como preguntar si las cámaras son buenas para la cultura. La informática ha llegado a ser una obsesión en la cultura, que hoy en día simplemente es digital hasta unos niveles increíbles.

## *Pero ¿han tenido los recursos digitales un efecto positivo en la creatividad?*

No sé si alguien tiene de verdad la perspectiva necesaria para saberlo con certeza. En mi libro *Contra el rebaño digital: un manifiesto* hice un experimento. Cuando estaba con otras personas y sonaba música, les preguntaba si podían decirme de qué década era lo que estaban escuchando. Me dejaba totalmente desconcertado el hecho de no podían diferenciar la presente década de la anterior; mientras que, incluso los jóvenes, distinguían muy bien todas las demás décadas. Es como si se hubiese producido algún tipo de inmovilidad cultural, pero es difícil decir si se debe a Internet.

Es una lástima, pero el mundo de la red se ha vuelto muy segmentado y estrecho de miras. Además está adquiriendo características que favorecen el aislamiento. Las plataformas de las redes sociales en Internet emplean algoritmos que nos transmiten información en la que, según sus cálculos, ya estamos interesados; de manera que es como si nos encontráramos

mos encerrados en una habitación espejada y nuestra experiencia del mundo fuera cada vez más limitada.

Creo que están ocurriendo muchas cosas realmente interesantes e innovadoras, pero no estoy seguro de que el arte informatizado me haya conmovido tanto como algunas otras formas de arte. En cualquier caso todo es muy subjetivo.

### **¿Qué es lo que más le preocupa del mercado digital actual?**

Ha habido una disminución brusca de las profesiones y oportunidades profesionales para quienes han dedicado su vida a la expresión cultural, pero creemos ilusamente que ello no ha ocurrido. Como los jugadores en un casino, muchos jóvenes creen que pueden ser *ellos* quienes lleguen a lo más alto de YouTube, Kickstarter o alguna otra plataforma. Pero estas oportunidades son escasas en comparación con los numerosos empleos que antiguamente tenía la clase media en el campo de la escritura, la fotografía, la grabación de música y muchas otras actividades creativas.

Desde el punto de vista económico, la revolución digital no ha sido muy buena. Analicemos, por ejemplo, el caso de los traductores profesionales. Sus oportunidades profesionales han ido disminuyendo al igual que las de los músicos que grababan discos, los periodistas, los escritores y los fotógrafos. La destrucción de su empleo comenzó con la expansión de Internet y continúa con rapidez. Es notable que para los traductores profesionales esta destrucción esté vinculada al aumento de las traducciones automáticas.

Las traducciones automáticas no son más que *mashups*<sup>1</sup> de traducciones auténticas. Todos los días extraemos y recopilamos millones de veces las traducciones hechas por personas reales a fin de mantener actualizadas unas bases de datos de referencia con actividades y jerga de último momento. Son los fragmentos de estas frases lo que luego se devuelve mecánicamente en forma de traducciones automáticas útiles. En principio, no hay nada que objetar a este sistema. Es útil, entonces ¿por qué no? El problema es que no pagamos un céntimo por las traducciones que se han utilizado para generar las traducciones automáticas. Hay quien podría considerarlo un fraude.

Todos estos sistemas que destruyen empleo crean la falsa impresión de que es la máquina la que hace el trabajo, cuando en realidad funcionan a partir de información generada por personas —que llamamos conjuntos exten-

sos de datos (*big data*). Si encontráramos la manera de pagarles por su valiosa contribución real a esos grandes recursos informáticos, podríamos evitar las crisis de empleo que, de lo contrario, se producirán.

### **Usted afirma que la cultura gratuita es peligrosa. ¿Por qué?**

Yo contribuí a defender que la música fuera gratuita, con la convicción de que redundaría en un beneficio para la cultura y los músicos, de manera que no es que me niegue a aceptar esta novedad. Contribuí a crearla. Y sí tiene otros buenos aspectos. En primer lugar, a la gente le gusta sentirse generosa y le gusta compartir y ser abierta. Esa predisposición es valiosa y la sociedad debe encontrar la manera de agradecerla. Pero tal como estamos haciendo las cosas todos nos ponemos al servicio de un diminuto puñado de grandes empresas tecnológicas, lo que sin duda es una gran tontería. Si un servicio en línea es gratis, no le quepa la menor duda de que se vale de un ardid para ganar dinero sometiendo a la gente a una manipulación subconsciente. Es extraño que haya tantos que no lo vean.

Una cosa que me irrita es la manera en que se pierde el contexto. Empiezas por descubrir novedades musicales o culturales de una manera muy precisa, pero los algoritmos toman el mando de tu rumbo. Si un algoritmo calcula que es probable que te guste una pieza musical, te la recomienda. De manera que el algoritmo es el amo y señor del contexto de la humanidad. Tiene tendencia a sacar a la cultura de su contexto y el contexto lo es todo. El resultado es que la estructura de la propia red se convierte en el contexto, en lugar de las personas reales y el mundo real. Esta cuestión es *sumamente* importante.

Una de las ideas originales de la cultura del *mashup* es que encuentras una pieza musical, alguien la recrea y acaba transformándose en un vídeo, luego otro hace una parodia de ese vídeo y todo se convierte en una gigantesca explosión de creatividad. Es algo genuino y genial a lo que todo el mundo puede contribuir. No quiero que esta cultura se pierda, pero hoy en día los autores de esta creación musical a la que llamamos *mashup* no reciben ningún beneficio; solo se benefician Facebook o Google o algún otro gigante empresarial, lo que en definitiva conduce a la increíble concentración de riqueza de la que somos testigos y en este proceso se deshumaniza a las personas que han participado.

Cuando ideábamos Internet, yo tenía la convicción de que al existir un sistema global de información la gente no podría negar cosas como el cambio climático, pero lo que vemos es exactamente lo contrario. Nuestros sistemas de información permiten que la gente viva en pequeñas burbujas y se desconecte de la realidad de una manera

1. Término de la jerga informática que se refiere a la recopilación, integración y reorganización de datos de diversas fuentes para un nuevo uso.





Foto: iStock.com/Nicolas McComber

«Hemos creado los sistemas de información para halagar a la gente», declara Jaron Lanier. «La gente se saca una autofoto (*selfie*) e inmediatamente tiene la falsa impresión de que es importante. Sin embargo, está perdiendo terreno por todas partes y vemos una increíble concentración de la riqueza en una pequeñísima minoría selecta.»

**“La P.I. es un asunto crucial a tener en cuenta al idear un futuro digno para las personas.”**

que no preveíamos. ¡Qué desilusión! Además esta desconexión tiene una repercusión negativa en el arte, la política, las ciencias, la economía y, a decir verdad, en todo.

### **¿Qué piensa de la «economía colaborativa»?**

En los comienzos de Google, los intelectuales de Silicon Valley estaban fascinados por la cultura de los barrios marginales de todo el mundo y sus economías informales. Inspiraron la idea de una «economía colaborativa» en la que los situados en el centro de la red — gigantes como Facebook, Google y Uber— se vuelven sumamente ricos y poderosos, mientras que el resto tiene la sensación de que se beneficia de negociar entre sí. Pero la idea de que saldremos adelante con una economía colaborativa, en la que se espera que la gente corriente comparta lo que tiene mientras unas pocas empresas situadas en el centro son las que ganan todo el dinero, sencillamente no se sostiene.

Se presupone que en una economía formal que funciona correctamente los participantes pueden planificar su porvenir en lugar de vivir en la incertidumbre. Si te enfermas, tienes ahorros. Tu vida es en cierta medida predecible. Para que lo sea queremos poseer activos reales, como una casa o propiedad intelectual (P.I.). Es interesante contemplar la posibilidad de una economía realmente colaborativa que sea inclusiva, pero no es para nada de lo que estamos hablando.

***Entonces ¿qué debe hacerse para garantizar una economía digital sostenible?***

El punto de partida evidente es pagar a la gente por la información valiosa que ha generado. Y no digo que yo tenga todas las respuestas, pero lo fundamental es sencillo y estoy seguro de que puede llevarse a la práctica.

Una forma de sistema socialista impuesto en el que todos fueran iguales sería ruinoso. Es deseable que haya cierto grado de variación. Pero en este momento, un puñado de personas —los herederos de monopolios tradicionales como los petroleros y las grandes redes informáticas que cada vez son más poderosas— poseen una inmensa porción de la riqueza mundial, lo que tiene un efecto desestabilizador. Además, si bien un monopolio petrolero puede controlar el petróleo, no toma las riendas de toda tu vida, mientras que la información sí lo hace y, sobre todo, con mayor autonomía.

Si esperamos que los sistemas informáticos dirijan coches y hagan funcionar fábricas, el empleo que queda debe ser creativo, de expresión, intelectual... Pero si lo socavamos, estamos generando una crisis de empleo de enormes proporciones.

Y es ahí donde interviene la P.I. El principio general de pagar a las personas por su información y sus contribuciones es fundamental si queremos que tengan una vida digna hasta que las máquinas mejoren.

Pero la P.I. debe ser mucho más compleja y detallada. Debe ser algo que beneficie a todos y ser tan corriente como llevar dinero en el bolsillo.

Es la única posibilidad de garantizar la dignidad de las personas mientras se mejoran las máquinas.

***¿Cómo le gustaría que evolucionara el panorama digital?***

Me gustaría que hubiera más sistemas que permitieran a la gente corriente obtener una recompensa económica por el valor de su contribución a las redes digitales; sistemas que mejoraran su vida y expandieran la economía global.

La estabilidad económica se produce cuando la curva de la riqueza tiene la forma de una campana, es decir,

cuando hay unos pocos sumamente ricos y unos pocos pobres, pero la mayoría tiene algún grado medio de riqueza. En este momento nos encontramos en una situación que favorece a los ganadores, en la que a unos pocos les va muy bien, pero el resto integra un mar de aspirantes que nunca logran por completo el éxito. No es una situación sostenible.

***Usted apoya la conferencia de la OMPI titulada El mercado mundial de contenidos digitales. ¿De qué se trata?***

La P.I. es un asunto crucial a tener en cuenta al idear un futuro digno para la humanidad. No todos pueden ser un Zuckerberg o dirigir una empresa tecnológica, pero todos podrían beneficiarse de la P.I., o por lo menos una masa crucial de gente.

La P.I. ofrece un camino hacia el futuro que brindará dignidad y sustento a un gran número de personas. Es la mejor manera de abordar la cuestión.

***¿Quiénes son sus ídolos y por qué?***

Hay muchos, pero entre ellos están J. M. Keynes, que fue la primera persona en pensar en la manera de gestionar realmente un sistema de información, y E. M. Forster por *La Máquina se detiene*, publicado en 1907, que prevé nuestro error con una visión muy crítica. También admiro a Alan Turing, quien no perdió su amabilidad ni siquiera mientras estuvo sometido a la tortura y a Mary Shelley, una observadora aguda de la gente y de la manera en que la técnica las confunde. Y, por supuesto, mi amigo Ted Nelson. Inventó el enlace a los medios digitales y tal vez haya sido la figura más influyente en el desarrollo de la cultura en Internet. Propuso que en lugar de copiar de los medios digitales deberíamos guardar un ejemplar de cada expresión cultural y pagar a su autor una cantidad asequible cada vez que accedemos a ella. De esta manera, todos podrían vivir de su trabajo creativo.

***¿De qué trata su próximo libro?***

*Dawn of the New Everything: First Encounters with Reality and Virtual Reality* («El amanecer del todo nuevo: primer encuentro entre la realidad y la realidad virtual») son mis memorias, además de una introducción a la realidad virtual. Pronto estará a la venta.

# Mycelia: una nueva configuración del panorama musical

Por Catherine Jewell,  
División de Comunicaciones  
de la OMPI

Imogen Heap es una artista británica conocida por sus grabaciones musicales. Su pasión por la música y la tecnología la hicieron merecedora de un premio Grammy a la mejor ingeniería de grabación en 2010 y la impulsó a desarrollar los ingeniosos guantes Mi.Mu, con los que moldea innovadoras armonías en el aire. Con su última iniciativa, el proyecto Mycelia, nos encontramos con una Imogen que explora las posibilidades que ofrece la tecnología de bloques en cadena (en la que se basa la divisa virtual cifrada Bitcoin) de contribuir a dar una nueva orientación al sector musical y garantizar condiciones justas para los artistas.

Al mismo tiempo está componiendo la música de la próxima producción teatral *Harry Potter and the Cursed Child* («Harry Potter y el niño maldito») que se estrenará en Londres en junio de 2016, pero aun así ha dedicado su tiempo a conversar con la *Revista de la OMPI*.

## **¿Cómo surgió su interés en la tecnología y la música?**

En realidad no es posible avanzar mucho musicalmente sin toparse con la tecnología, pero tal vez la primera vez que de verdad me interesó fue en casa, con el reproductor de piano. Tenía 12 años y ya jugueteaba con un Atari dotado de programas informáticos musicales que estaba sobre un aparador abandonado en el colegio en el que estaba internada. Y a los 15 años aprendí a grabar audios reales en el estudio de la *BRIT School* de Artes Escénicas y Tecnología de Londres.

## **¿Cómo comenzó a desarrollar los guantes Mi.Mu?**

Antes de desarrollar los guantes, me lo pasaba corriendo en el escenario de un equipo a otro para crear y grabar las capas de sonidos. Siempre me sentía limitada al tomar muestras de audio o tocar música con los instrumentos musicales informatizados, ya que su expresividad nunca se acercaba a la de los instrumentos reales. Cuando por casualidad conocí los guantes de Elly Jessop (una prótesis de aumento y tratamiento vocal en el laboratorio

de medios del MIT de los Estados Unidos), me di cuenta de que esas limitaciones eran una cuestión superada. Quise trabajar con Elly pero sus compromisos con el MIT no se lo permitían, de manera que cuando volví al Reino Unido pregunté al profesor Tom Mitchell de la *University of West England* si me ayudaría a desarrollar nuestro propio sistema. De eso ya hace seis años y ahora somos ocho personas las que trabajamos en Mi.Mu.

Los guantes se conectan a mis programas informáticos musicales, por lo que puedo acceder a ellos a distancia con mucha más libertad mientras trabajo con mis equipos. Una vez que están programados, tocar música con estos guantes es intuitivo y expresivo. Con diferentes posturas y movimientos de las manos puedo crear distintos sonidos y estratificarlos, sin necesidad de estar conectada por cables. Por ejemplo, con un simple pellizco, puedo captar y grabar un sonido y luego crear un bucle al abrir los dedos.

Mientras desarrollábamos los guantes lo hemos ido contando en nuestro blog y esperamos poner pronto a disposición el programa informático gratuito Glover, que conecta los guantes y otras interfaces gestuales (p. ej. Kinect, Leap Motion) a todo lo que se pueda oír con una MIDI y un OSC. En este momento los guantes se confectan por encargo de manera artesanal, pero confiamos en encontrar una solución para producirlos de manera industrial antes de fin de año.

## **¿Está de acuerdo en que la música está en una época dorada?**

En algunos aspectos sí, porque cualquier obra musical está al alcance de la mano en todo momento.

Desde el punto de vista de la creación, la convergencia de diferentes medios —tecnológicos, musicales, artísticos y cinematográficos— ha generado un enorme crisol y una inmensa fuente de inspiración de la que pueden nutrirse los músicos. Pero los artistas tienen muy poco control sobre la manera en que se presenta su música y





Foto: Fiona Garden

Los ingeniosos guantes Mi.Mu, con los que Imogen Heap moldea innovadoras armonías en el aire. Con su última iniciativa, el proyecto Mycelia, Imogen explora las posibilidades que ofrece la tecnología de bloques en cadena para contribuir a dar una nueva orientación al sector musical y garantizar condiciones justas para los artistas.



una vez que se publica no saben muy bien qué ha pasado con ella, si es que saben algo. Si pudiéramos encontrar una forma de que los artistas supieran cómo se emplea su música, dónde y quién la utiliza y, además, recibieran una remuneración justa, entonces sí podríamos decir que hemos entrado en una verdadera época dorada.

Todos disfrutamos de la música, cuándo y dónde queremos. Podemos escuchar música por YouTube gratuitamente o por *streaming* pagando un módica cantidad. La gente paga por la música que escucha por *streaming*, pero por cada mil transmisiones el artista recibe como pago el que recibiría por una descarga; tenemos que replantear esta equivalencia. A no ser que estés entre el 1% mejor, el hecho de que la gente escuche tu música ya no es suficiente para ganarte la vida.

No son los usuarios sino el mundo de la música el que debe encontrar soluciones y colaborar en la configuración de un «ecosistema» sostenible para los músicos, de manera que los creadores reciban una recompensa justa por el uso de su obra. Tenemos que replantear la arquitectura del lugar y la manera en que se almacenan los datos y las normas que rigen el modo en que se emplean y se comparten. Lo fundamental es que sea lo más sencillo posible para que la gente interactúe con la música y sus metadatos a todo nivel, y nos ayude a que las canciones funcionen para nosotros.

### ***¿Cuál es la solución?***

Es hora de que quienes participamos en la creación de las obras tomemos el timón, algo que nunca hemos hecho. Estamos en la primera línea de combate y sabemos qué es lo que nos sirve y qué es lo que no nos sirve de este sector. Somos los primeros en invertir en música y los últimos en cobrar, ya que estamos situados al final de la cadena de valor.

Con la tecnología actual, no hay ningún motivo para que haya fricciones en la circulación de música, dinero e información entre los artistas y los usuarios de su obra. En cuanto supe de la tecnología de bloques en cadena, vislumbré las bases de un ecosistema musical sostenible. Y por ese motivo inicié Mycelia, que tiene el propósito de que todas las partes se involucren para que nuestro sector avance hacia un futuro favorable a los creadores. La respuesta ha sido increíble.

### ***¿En qué consiste?***

Concibo Mycelia como un recurso fiable en el que concurren todos los actores — las empresas tecnológicas, las marcas, las entidades de gestión colectiva de derechos de autor, las plataformas de *streaming* y, antes que nada,

los creadores que son el corazón del sector— a fin de configurar las normas técnicas, éticas y comerciales necesarias para crear un panorama musical sostenible en el cual los artistas ocupen un lugar donde puedan prosperar.

Imaginemos el sello británico de certificación de calidad Kitemark respaldado por un conjunto de normas acordadas por todos los involucrados en la producción y la distribución de música. De repente aparecerían muchos nuevos servicios porque estas normas dejarían claro en qué condiciones se podría usar la música. Esas normas ofrecerían a las empresas tecnológicas y las plataformas información fiable sobre la manera de desarrollar los sistemas que necesitamos para ser eficaces en lo comercial y tener la tranquilidad de que recibimos una retribución justa.

Una parte fundamental del proyecto es crear una base de datos centrada en estas normas. Sería un repertorio de todo el «ADN» de las obras grabadas, que yo denomino «esporas», que ofrecería a los artistas unos servicios por Internet, y a los aficionados una fuente de información en línea, fiable y verificada sobre cualquier canción y las condiciones de su uso.

Una de las normas debería exigir que todos los servicios devuelvan información a las esporas. En concreto, datos sobre dónde, cuándo y cómo se interactúa con nuestra música y quién lo hace. Esta información es oro en polvo para los artistas, porque si la sabemos interpretar podemos conocer mejor a nuestra audiencia y crear oportunidades de promover con mayor eficacia nuestra obra y de obtener una retribución económica por nuestro trabajo.

De conformidad con otra norma emplearíamos «contratos inteligentes» que definan los acuerdos legales relativos a la creación y el uso de una obra en toda clase de contextos —bodas, campañas publicitarias, etc. En virtud de esos contratos, se comunicaría a los artistas que se ha producido una transacción y todos los que han participado en la creación recibirían directamente el pago de las regalías que correspondan cada vez que se use la obra.

### ***Entonces ¿su idea es crear una nueva plataforma de música?***

No, Mycelia no es una plataforma sino más bien un catalizador que tiene la finalidad de impulsar el desarrollo de un novedoso ecosistema descentralizado, que emplee nuevas tecnologías para que el sector de la música sea sostenible, más justo, más transparente y más divertido, tanto para los músicos como para los aficionados. Es un nuevo mercado musical en el que sus metadatos podrían evolucionar, de la misma manera en que el iPhone desencadenó el crecimiento del mercado de las aplicaciones.

Su potencial es infinito. Imaginemos la posibilidad de caminar por una ciudad como Londres guiados por una aplicación que utiliza los datos de localización extraídos de las canciones de la base de datos Mycelia para encontrar los lugares en que se escribieron tus canciones favoritas o se produjo ese famoso riff. Podrían surgir aplicaciones tan divertidas como esa a partir de los valiosos metadatos guardados en Mycelia.

La comprensión de la perspectiva de Mycelia allanará el camino a un gran abanico de personas diferentes y contribuirá a crear las condiciones necesarias para que los artistas tengan ingresos y las empresas concedan licencias de uso y gestionen los derechos de una mayor variedad de música.

Me gustaría que los datos de cada creador estuviesen alojados en un único sitio oficial y verificado, al que recurrieran todos los demás servicios por Internet. No quisiera tener que negociar con cada uno ni suministrar música a numerosos servicios; quiero alojar mi música en un solo sitio de confianza que actúe de faro para avisarme que alguien está «buscando» material nuevo o actualizado.

### ***¿Cómo se aplica la tecnología de bloques en cadena a esta idea?***

Lo bueno de la tecnología de bloques en cadena es que los datos registrados son invulnerables incluso en una red descentralizada, lo que significa que se puede confiar siempre en la integridad del sistema. La combinación de la distribución de regalías, los contratos inteligentes y las redes descentralizadas es un punto de partida sumamente interesante. Los bloques en cadena tienen enormes posibilidades de simplificación de los procesos actuales y de creación de opciones alternativas. Tenemos que encontrar la manera de aplicarlo al ámbito musical.

Por todos estos motivos, decidí experimentar con el lanzamiento de mi nueva canción, *Tiny Human*. La cargué en mi sitio web imogenheap.com, junto con un blog, la letra, la fuente de inspiración, los stems, el archivo de vídeo, el arte final, información sobre todos los músicos que intervinieron y las condiciones de uso, para que cualquiera tuviera acceso a ella. Esperé a ver qué pasaba. Uno de los servicios que lo incorporó en su sistema fue Ujo Music y a través de ellos *Tiny Human* se convirtió en la primera canción en distribuir regalías por medio de un contrato inteligente que emplea la tecnología de bloques en cadena, en este caso de Ethereum.

### ***¿Quién más colabora con usted en este proyecto?***

Mycelia comenzó como la visión de un artista sobre la manera en que puede evolucionar el sector musical, pero

al compartir la idea encontré a muchos más que tenían un punto de vista semejante de lo que debía hacerse. Ahora el círculo de personas que están haciendo avanzar el proyecto es cada vez más amplio. La música Zoë Keating es una pieza fundamental y siempre me mantiene al corriente. Fue la primera en hablarme de la tecnología de bloques en cadena cuando comenté mi idea de un «faro». Aparte de ella, el escritor Jamie Bartlett y el gurú tecnológico Vinay Gupta fueron los que realmente me ayudaron a poner las cosas en marcha. Ahora también estoy trabajando en estrecha colaboración con el diseñador Andy Carnela de la *Featured Artists Coalition* y nuestro nuevo director de proyecto Mark Simpkins.

Es un buen momento para mantener un debate serio acerca del futuro del mundo de la música y el lugar que ocupan en ella los músicos. Los creadores son el alma del sector y es necesario que exploremos de qué manera pueden aplicarse estas tecnologías y otras para favorecerlos. Si nosotros nos beneficiamos al final todos se benefician, porque es la única manera de garantizar un flujo continuo de música maravillosa y novedosa para que los aficionados la disfruten.

### ***¿Es optimista acerca del futuro de la música?***

Sí, porque tengo la sensación de que estoy haciendo algo por él. Nos encontramos en un momento delicado de la transición y queremos ayudar a que las cosas avancen para no perder una generación de grandes músicos. Tengo muchas ilusiones de que algún día exista un sistema como Mycelia. Será inmenso, precioso y rico y estará bien cuidado. Contendrá una enorme cantidad de información sobre toda la música que alguna vez se haya grabado, permitirá estar en contacto con los aficionados y también que los artistas den lo mejor de sí y reciban una información increíble y lo hará conectando puntos de maneras que hoy son casi inimaginables.

# De piratas a corsarios: la opinión de un músico sobre el mercado digital

Por **Bendik Hofseth**, Músico

La evolución del mercado digital sigue avanzando a toda velocidad y nos afecta a todos en distintos planos. Todos nos beneficiamos de las ventajas de estar conectados. Nunca antes ha sido tan fácil estar en contacto con nuestra familia y nuestros amigos (con independencia del lugar en el que unos y otros nos encontremos) o llamar al otro lado del mundo para celebrar una reunión de negocios o conseguir determinada información. Nunca antes ha sido tan fácil encontrar y comprar los productos que pueden satisfacer cualquiera de nuestros deseos, visitar de forma virtual regiones lejanas y descubrir territorios inexplorados. Además, la distribución en línea permite que las empresas ahorren en gastos y contribuye de forma significativa a la conservación del medio ambiente.

## **UNA RED MUNDIAL BASADA EN ALGO MÁS QUE LA TECNOLOGÍA**

Los cables estáticos de fibra óptica están dando forma a una nueva red neuronal que transmite, a escala mundial, impulsos humanos compuestos no únicamente de bits y de bytes sino también de mensajes de corazón a corazón. La posibilidad de conectarnos los unos a los otros a través de Internet nos hace sentir más seguros y libres, más cómodos y abiertos.

La tecnología es la columna vertebral de esta red neuronal mundial, pero por sí sola no puede crear los latidos de corazón sociales y culturales que hacen que la red esté viva. Se requiere de órganos más blandos y universales para que esta red logre interesarnos y siga atrayéndonos. Las marcas internacionales y los famosos son un aliciente; está claro que se han convertido en parte integral de nuestra narrativa común, pero las formas creativas de expresión y las obras de arte que los seres humanos hemos creado durante miles de años para comunicarnos entre nosotros y despertar nuestra imaginación son el alma de esta red.

La música tiene la capacidad de rebasar los confines del idioma y superar los obstáculos culturales estimulando

una fascinación común mediante ritmos y sonidos. Una imagen puede transmitir un significado de forma lúdica y extravagante para llegar directamente al corazón del que la observa. Un poema o una obra literaria pueden plasmar un momento de forma que cada lector lo interprete de acuerdo con su propia experiencia individual. Las creaciones artísticas han demostrado ser sumamente valiosas para establecer vínculos, abrir mentes y corazones e inspirar confianza y seguridad entre diferentes grupos sociales y culturales a lo largo de los tiempos.

## **LOS ACUERDOS ESTABLECIDOS ESTÁN SOMETIDOS A PRESIONES**

Sin embargo, a medida que va avanzando la transición digital, los acuerdos establecidos desde hace años para permitir que los artistas y los creadores reciban una remuneración por su trabajo están siendo cada vez más atacados. Una clara prueba de ello es la relación que existe actualmente entre las artes, la legislación en materia de derecho de autor y las plataformas de servicios.

Los servicios prestados por las plataformas suelen incluir motores de búsqueda, redes sociales y otros tipos de agregadores de contenido. A veces también se les denomina intermediarios técnicos e incluyen, entre otras, empresas como Facebook, Twitter, SoundCloud o Tuneln. Actualmente, estas entidades se destacan por distribuir un contenido creado por unas personas a las que no pagan o a las que pagan de forma insuficiente.

## **EL DÉFICIT DE CREACIÓN DE VALOR**

Una sencilla comparación entre las cantidades que estas plataformas pagan a los titulares de derechos y los beneficios que generan permite constatar que existe claramente un “déficit de creación de valor”. Cabe preguntarse en qué medida lo que hacen estas plataformas de servicios (y el dinero que generan) consiste en dar acceso al arte y otras obras protegidas por derecho de



Foto: Odd Geir Sætner

Bendik Hofseth (arriba) sostiene que existe un “déficit de creación de valor” entre lo que pagan las plataformas en línea a los artistas y los beneficios que generan estas plataformas.

autor. Determinar estos porcentajes, por ejemplo en relación con los ingresos que generan estas plataformas por medio de la publicidad, permitiría hacerse una idea de cuál podría ser un importe “razonable” en concepto de derecho de licencia.

Los distribuidores digitales con licencia, como Spotify o Netflix, destinan aproximadamente el 70% de su volumen de negocio a la adquisición de contenidos. Y así es como debería ser cuando el 100% del valor y de los ingresos de una empresa provienen de la distribución de contenido cultural.

Sin embargo, otras plataformas de servicios, como Facebook, no siguen esas pautas. En muchos países, aproximadamente el 60% del hilo de noticias por el que navega un usuario de Facebook se compone de contenido cultural y más del 50% de los ingresos generados por la publicidad nativa está directamente relacionado con el contenido cultural. Y, a pesar de ello, ni siquiera una pequeña parte de estos ingresos derivados del uso de este contenido va a parar a manos de la comunidad creativa.

En un informe reciente, la GESAC, que representa a aproximadamente un millón de creadores y titulares de derechos en Europa, estima que en 2014, en Europa, el 23% de los ingresos generados por las plataformas de servicios (una cifra nada desdeñable, 5.000 millones de euros) estaba directamente relacionado con contenido cultural. Y el 62% de los ingresos generados por las plataformas de servicios está directa o indirectamente relacionado con contenido cultural.

A la luz de estas estimaciones, en el informe se sugiere que en 2014 el motor de búsqueda Google debería haber devuelto aproximadamente 3.000 millones de euros a la comunidad creativa únicamente en Europa. A sabiendas de los resultados de Google en 2015 (recientemente la empresa informó de un crecimiento anual del 13% y de beneficios mundiales de 23.420 millones de dólares de los EE.UU.), cabe estimar que esa cifra en 2015 debería haber sido muy superior.

#### **LOS ARTISTAS AÑADEN UN VALOR FUNDAMENTAL**

Los artistas como yo aportan un enorme valor social, moral y cultural a las actividades de los intermediarios técnicos. Somos los que damos *sex appeal* a las redes sociales. Nuestras obras son las que dan encanto a estas plataformas. Somos las estrellas de los motores de



Bendik Hofseth establece una comparación entre lo que sucede actualmente en la economía digital, que evoluciona rápidamente y en la que un sector recibe carta blanca para crecer a expensas de otros, y la patente de corso que en el pasado los gobiernos daban a los corsarios para que, en tiempos de guerra, atacasen a los navíos extranjeros y los capturasen como botín.





Foto: iStock.com/James Brey

búsqueda. El esfuerzo creativo de la comunidad artística es la miel que atrae a los usuarios hacia las plataformas de servicios y los convence para que sigan en ellas, permitiendo a esas empresas desarrollar modelos empresariales exitosos y predecibles.

No cabe la menor duda de que Facebook es, además de un proveedor de servicios técnicos, un gigantesco repositorio de obras de arte y sus metadatos. Es evidente que los 23.000 millones de euros de beneficios de Google no residen únicamente en su ingeniería y su cableado. El corolario ético es claro y cae por su propio peso. Nadie debería poder meterse en el bolsillo miles de millones de euros generados por el valor creado por otra persona.

Y yo, como compositor, ¿qué puedo hacer al respecto? ¿Puedo acaso impedir que se distribuyan mis canciones y composiciones? En realidad no puedo, en particular a escala mundial, y ahora que se ponen en tela de juicio los derechos morales y varían tanto de un país a otro los ordenamientos jurídicos nacionales en materia de derecho de autor.

#### **LAS TORNAS HAN CAMBIADO**

Actualmente, si alguien graba una de mis canciones de un espectáculo en directo y cuelga la grabación en YouTube, tengo que solicitar a YouTube que la retire. A mi juicio, debería ser YouTube el que me pidiera permiso para publicar esa grabación antes de hacerlo. Yo soy el que hace todo el trabajo, mientras ellos se llevan todos los beneficios. ¿Puedo acaso hacer un llamamiento a Facebook y Google para que hagan lo correcto y compartan una parte de sus ingresos con sus asociados creativos? Los autores lo hemos hecho en numerosas ocasiones, pero hasta la fecha nuestros llamamientos han recibido la callada por respuesta. ¿Puedo acaso pedir a mi organismo de gestión colectiva que negocie una licencia con estas plataformas de servicios? Sí, claro que puedo, y de hecho ya lo hemos intentado, pero los intermediarios se limitan a responder que no necesitan una licencia porque lo que hacen no es ilegal.

Hay quien aduce que la comunidad creativa debería alegrarse de tener acceso a una plataforma de distribución que permite que sus obras se divulguen, con o sin el consentimiento de los titulares de derechos.

Ahora bien, esta afirmación devalúa la contribución de los artistas y olvida que no son únicamente los creadores los que tienen un problema cuando ya no existe un incentivo económico para crear. Es la sociedad en su conjunto.

#### **¿LOS INTERMEDIARIOS TÉCNICOS SACAN PROVECHO DE UNA VENTAJA INJUSTA?**

El panorama jurídico actual hace que cualquier entidad que se defina como intermediario técnico pueda incluir en su plataforma cualquier material protegido por derecho de autor sin tener que pagar derechos de licencia. De esta forma, otras empresas, como las

emergentes, que sí incluyen las licencias en sus modelos empresariales se encuentran en situación de desventaja y, por ende, les cuesta más competir. Los políticos que permiten que las plataformas de servicios crezcan y se conviertan en monopolios económicos gigantes no solo les están dando carta blanca para el saqueo de obras de arte y el trato injusto que dispensan a los artistas, sino que además están distorsionando el mercado e impidiendo la competencia.

### ¿QUÉ SALIÓ MAL?

En Europa, el doble rasero que se aplica a las empresas que disponen de licencias legales, como Spotify, y a las plataformas de servicios sin licencia se debe a una ambigüedad en la aplicación de las disposiciones de “puerto seguro” a los actos de las plataformas de servicios que son pertinentes en relación con el derecho de autor. Estas disposiciones figuran en la Directiva sobre el comercio electrónico de la Unión Europea (2000/31/EC), que introdujo los procedimientos de detección y retirada. Las disposiciones de puerto seguro se introdujeron en los Estados Unidos con la aplicación de la Ley de derecho de autor para el milenio digital (DMCA, por su sigla en inglés). Gracias a estas medidas, los intermediarios quedan exentos de toda responsabilidad por una infracción involuntaria del derecho de autor, siempre y cuando retiren el contenido infractor una vez hayan recibido una queja del titular del derecho. Cuando se promulgaron la DMCA y la Directiva comunitaria, nadie podía prever hasta qué punto iba a crecer el uso de las plataformas de servicios ni su poderío.

En parte, las plataformas de servicios, de forma sumamente astuta, han sacado provecho de del fracaso de los políticos a la hora de resolver el problema de la responsabilidad de los intermediarios. ¿En qué medida los intermediarios deben ser considerados responsables del contenido que distribuyen? Esta peliaguda cuestión sigue siendo objeto de un acalorado debate.

Con todo, en la práctica, el arrollador número de solicitudes de detección y retirada que recibe un usuario de derechos tan grande como Google hace que se produzcan retrasos a la hora de retirar el contenido infractor. De hecho, con demasiada frecuencia, se retira el material infractor e inmediatamente vuelve a aparecer en el mismo sitio. Así pues, en realidad, los procedimientos de detección y retirada no han servido para proteger plenamente a los titulares de derechos.

## Sobre el derecho de autor

El derecho de autor se compone de dos tipos de derechos, a saber:

- a) **Derechos patrimoniales**, que permiten a los titulares de derechos obtener una retribución financiera por el uso de su obra por terceros. En la mayoría de los países, la ley de derecho de autor estipula que el titular de derechos dispone del derecho patrimonial de autorizar o prohibir determinados usos en relación con su obra o, en algunos casos, recibir una remuneración por el uso de su obra (por medio de la gestión colectiva, por ejemplo). La persona que posee los derechos patrimoniales de una obra puede prohibir o autorizar:
  - su reproducción en varias formas, como la publicación impresa o la grabación sonora;
  - su interpretación o ejecución públicas, por ejemplo en una obra dramática o musical;
  - su grabación, por ejemplo en forma de discos compactos o DVD;
  - su radiodifusión por radio, cable o satélite;
  - su traducción a otros idiomas; y
  - su adaptación, por ejemplo, una novela adaptada para un guión cinematográfico.
- b) **Derechos morales**, que protegen los intereses no económicos del autor. Entre los ejemplos de derechos morales más conocidos, cabe destacar el derecho a reivindicar la paternidad de una obra y el derecho a oponerse a cambios en la obra que puedan perjudicar la reputación de su autor.

## INVERTIR LA PROPOSICIÓN DEL DERECHO DE AUTOR

El tamaño y el poderío de las grandes empresas tecnológicas como Google en algunas ocasiones han logrado invertir la proposición fundamental del derecho de autor, según la cual el usuario debe pedir permiso al autor antes de utilizar una obra protegida. Y por consiguiente, también se han visto afectados los derechos exclusivos que engloba el derecho de autor (véase el recuadro).

Lo pudimos ver claramente con el proyecto de biblioteca digital de Google, a través del cual se pretendía escanear y publicar en línea el máximo número posible de libros. El problema residía en que, en lugar de pedir permiso previamente a los titulares de derechos, Google les ofrecía un mecanismo para excluirse del proyecto o para que solicitaran que se retirara su obra cuando ya estaba publicada. Aunque el proyecto no llegó a cuajar, el atractivo evidente de este tipo de iniciativas sugiere que los problemas que se plantearon en ese momento volverán a surgir en el futuro.

## MEDIDAS PARA MEJORAR LA SITUACIÓN

En 2015, Google recibió 554 millones de solicitudes de retirada. Esto representa un enorme esfuerzo desplegado por los creadores y sus representantes para detener las infracciones. Estos esfuerzos y los costos que acarrearán se podrían destinar a iniciativas más útiles, como la distribución autorizada y el uso del contenido creativo. La situación podría haber sido completamente distinta si:

- Se hubiese denegado el puerto seguro a determinados tipos de intermediarios, en particular los que extraen beneficios del acceso a la información y al contenido.
- Los proveedores de contenido hubiesen establecido registros y mecanismos de búsqueda eficientes para las obras protegidas.
- Se hubiese obligado a los intermediarios sin protección de puerto seguro a verificar el derecho de autor del contenido antes de poder facilitar su acceso (y se hubiese tipificado el acceso no autorizado como infracción indirecta).

La industria musical tiene un pasado largo y turbulento en la lucha contra la piratería y a menudo ha sido el blanco de críticas injustificadas. Ahora bien, lo que está sucediendo hoy en el nuevo panorama digital tiene paralelismos históricos.

## LA LIBERTAD DE INTERNET: UN HALO MODERNO DE LEGITIMIDAD

En el pasado, los corsarios suplantaron a los piratas. Un corsario era un particular o un navío que contaba con la autorización y la licencia del gobierno para atacar a los buques extranjeros en tiempos de guerra y capturarlos como botín. Hoy nos encontramos con una situación similar, en la que la economía digital evoluciona rápidamente y un sector de la economía tiene patente de corso para crecer a expensas de otros.

Es cierto que la distinción entre corsario y pirata siempre ha sido poco nítida. A veces, los piratas obtuvieron dudosas autorizaciones del gobierno para operar bajo un halo de legitimidad, pero tanto piratas como corsarios enarbolaban pabellones falsos para crear confusión y caos.

En sus orígenes, el “contrato” entre las plataformas de servicios y el público se fundamentaba en la libertad de expresión, la transparencia y la apertura. No obstante, en la práctica, otros criterios, como el beneficio y el dominio del mercado, se han transformado en botines más atractivos. Al principio, el falso pabellón que enarbolan las plataformas de servicios hizo creer a la comunidad creativa que serviría para navegar por el espacio en línea, pero ha resultado ser un pabellón carente de valor y de sentido. El pabellón falso que ahora enarbolan es el menos fiable y el más engañoso de todos: la Libertad de Internet.

# El auge de la industria cinematográfica china

Por **Emma Barraclough**,  
 articulista independiente

Hace diez años, cuando Jeffrey Yang, un abogado del bufete Reed Smith, regresó a su Shanghai natal después de pasar casi una década trabajando en Londres, encontró las calles repletas de vendedores ambulantes de DVD pirateados. “Había uno en cada esquina. Podías comprar el último éxito de taquilla el día mismo de su lanzamiento. Me pareció que no podría evitarse que los DVD falsificados hicieran estragos en la industria cinematográfica”, dice.

Por fortuna para los directivos del sector, Yang pecó de pesimista. Si algo ha marcado la historia de la industria cinematográfica china ha sido el éxito. El argumento de esta historia incluye un combate con los piratas, una revolución tecnológica y la participación de esforzados constructores de imperios, y en ella se entrelazan tres líneas narrativas distintas que ayudan a explicar cómo la industria cinematográfica china consiguió salvarse de los vendedores de DVD pirateados y en el proceso cambió hasta volverse casi irreconocible.

## LA VENTA DE ENTRADAS DE CINE SE DISPARA

La primera línea argumental gira en torno a la creciente afición a ir al cine de los jóvenes urbanitas y la pujante clase media de China. Según la Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión, el año pasado los chinos gastaron más de 6.500 millones de dólares de los EE.UU. en entradas de cine – casi un 50% más que el año anterior – y se abrieron más de 20 salas de cine al día para cubrir la demanda. Si los ingresos de taquilla en China siguen creciendo al ritmo actual, a finales de 2017 alcanzarán los 11.900 millones de dólares, una recaudación superior a la de los Estados Unidos.

Las películas chinas representaron algo más del 60% de los ingresos de taquilla, y producciones nacionales como las películas de aventuras *Monster Hunt* y *Mojin: The Lost Legend* y la comedia *Lost in Honk Kong* lograron entrar en la lista de las cinco películas más taquilleras, junto a éxitos estadounidenses como *Rápidos y furiosos 7* y *Los Vengadores: La Era de Ultrón*.

Según Amy Liu, de la consultoría de datos sobre la industria del cine EntGroup, la industria cinematográfica china obtiene más del 80% de sus ingresos en taquilla. Las productoras estadounidenses, en cambio, ganan tanto dinero con la venta de DVD, los derechos de emisión y la comercialización de productos relacionados con las películas como con la venta de entradas. Qiaowei Shen, profesora de mercadotecnia de la Universidad de Pensilvania (Wharton School), sugiere sin embargo que el sector cinematográfico chino tiene todavía un amplio margen de crecimiento, si se tiene en cuenta que mantiene tasas de crecimiento de dos dígitos y que la población del país, buena parte de la cual no tiene acceso a sus productos, es casi cuatro veces mayor que la de los Estados Unidos de América. Los cineastas chinos, al igual que sus homólogos en otros países, siguen teniendo problemas con las falsificaciones, los DVD piratas y las transmisiones ilegales por flujo continuo, pero en opinión de Liu la situación está empezando a mejorar. “Hasta hace poco China no era capaz de crear marcas en torno a sus propias películas como hace Hollywood. Ahora comenzamos a ver el desarrollo de franquicias de películas y acuerdos con empresas locales para desarrollar conjuntamente sus marcas”. Los productores cinematográficos chinos comienzan a explotar la demanda de productos relacionados con las películas. El año pasado, la empresa de venta de entradas por Internet Mtime, con sede en Beijing, llegó a un acuerdo con la principal cadena de cines del país, Wanda, con el fin de que esta instalara tiendas en sus cines para vender productos bajo licencia.

## POLÍTICAS GUBERNAMENTALES

La segunda línea argumental dentro de la historia de la industria cinematográfica china es el aumento del compromiso del gobierno con las industrias creativas. Según Andrew White, profesor asociado de Industrias Creativas y Medios Digitales en la Universidad de Nottingham, en Ningbo, una industria cinematográfica potente y dinámica no solo es valiosa desde el punto de vista del “poder blando”, sino que puede abrir el camino hacia el futuro posindustrial de China. “El país quiere que sus ciudades compitan con Londres, Tokio y Nueva York, y sabe que para eso necesita industrias creativas fuertes”.





Foto: Zhang Zhong

Junto con el auge de la industria cinematográfica de China, también aumenta la popularidad y el perfil de las estrellas del cine de ese país. (Arriba)



Foto: Por cortesía de Shandong Film Studio



Foto: Por cortesía de Beijing Forbidden City Film Company Limited

Según la Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión, el año pasado los chinos gastaron más de 6.500 millones de dólares de los EE.UU. en entradas de cine, casi un 50% más que el año anterior. Las películas chinas representaron algo más del 60% de los ingresos de taquilla.



Todo ello va asociado a una actitud más firme en la protección de la propiedad intelectual (P.I.). El compromiso del gobierno con la protección del derecho de autor en la industria cinematográfica china se refleja en la elaboración de proyectos de disposiciones para fortalecer la legislación de derecho de autor, en la ratificación en 2014 del Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales, y en la próxima entrada en vigor de una Ley de Promoción de la Industria Cinematográfica. Pero por más que los abogados sugieran que los productores cinematográficos pueden recurrir a la legislación china para responder a las violaciones de los derechos de autor, las indemnizaciones por daños y perjuicios siguen siendo exiguas. “Las indemnizaciones no son tan elevadas como en los Estados Unidos de América y Europa”, dice Chen Jihong, del bufete de abogados Zhong Lun. “Si no es posible calcular la pérdida efectiva del propietario de los derechos de autor ni la ganancia efectiva obtenida de forma ilegal, el tope actual de indemnización es de 500.000 yuanes (75.000 dólares EE.UU.), por lo que la capacidad disuasoria es muy limitada en el caso del cine”.

Otro elemento importante dentro de esta línea argumental es la decisión del gobierno de limitar el número de películas extranjeras que se exhiben en los cines del país. Aunque no sea popular entre los directivos de los estudios cinematográficos extranjeros, la política de cuotas ha proporcionado a la industria nacional china el tiempo y el espacio que necesita para crecer. La existencia de reglamentaciones poco propicias a que las empresas extranjeras produzcan sus propias películas en China ha fomentado la creación de empresas conjuntas y de acuerdos de coproducción, y ha facilitado el acceso de los realizadores chinos a los conocimientos especializados de sus homólogos extranjeros, al tiempo que proporcionaba a las empresas extranjeras una puerta de entrada al mercado chino. Visto en retrospectiva, el controvertido sistema de cuotas parece haber contribuido a orientar los distintos intereses hacia una mayor sensibilización sobre la P.I. y un sistema más sólido de derecho de autor: los cineastas chinos y las empresas estatales que distribuyen las películas extranjeras están tan interesados en perseguir la piratería como cualquier productor de Hollywood.

### ECOSISTEMAS TECNOLÓGICOS

La tercera línea argumental dentro de la historia de la industria cinematográfica china, la más importante de todas, va ligada a una revolución tecnológica y social. Al mismo tiempo que el aumento de los ingresos disponibles convertía ir al cine en una de las actividades preferidas de la población urbana china, la tecnología de Internet ha experimentado un gran crecimiento. China es actualmente el país del mundo con más personas en

línea y, con la ayuda de algunas políticas gubernamentales favorables, ha visto surgir un grupo de empresas tecnológicas propias de primera línea, desde el fabricante de teléfonos inteligentes Xiaomi hasta las exitosas plataformas de Internet conocidas colectivamente con el nombre de BAT: el motor de búsqueda Baidu, la empresa de comercio electrónico Alibaba y la compañía de redes sociales Tencent.

Las empresas BAT aplican estrategias ambiciosas para crear ecosistemas que permiten el desplazamiento de las actividades “en línea a fuera de línea” y fomentar que las personas lleven a cabo una parte cada vez más importante de sus actividades cotidianas – desde comprar entradas de cine hasta ver películas – en sus plataformas. Las empresas BAT y otras plataformas promueven el crecimiento de sus imperios mediante la producción de contenidos audiovisuales propios y la negociación de acuerdos con socios de toda la cadena de valor del contenido. En 2013, por ejemplo, Baidu compró el proveedor de vídeo por Internet PPS. Un año más tarde logró que Xiaomi se comprometiera a invertir 300 millones de dólares de los EE.UU. en su plataforma de transmisión de vídeo por flujo continuo iQiyi. El acuerdo llegó la misma semana que Xiaomi compró una participación en Youku Tudou, otra plataforma de transmisión de vídeo por flujo continuo de la que Alibaba es copropietaria. El año pasado Alibaba y Tencent se hicieron con más acciones de Huayi Brothers, la mayor compañía cinematográfica privada china y la creadora de *Mojin: The Lost Legend*.

A la vista de los 650 millones de usuarios de Internet que hay en China, no es difícil entender el entusiasmo que muestran las empresas por el potencial de las plataformas en línea. Pero lo importante desde la perspectiva de la P.I. es que los acuerdos relacionados con el derecho de autor desempeñan ahora un papel crucial en su desarrollo. Las plataformas pretenden aprovechar las posibilidades que ofrece el cine para impulsar el crecimiento de sus juegos para móviles, la comercialización de artículos relacionados con las películas y otras formas derivadas de entretenimiento, a medida que van construyendo sus ecosistemas. “Lo que está de moda son los negocios relacionados con la P.I.”, dice Nic Garnett, consultor en materia de derecho de autor y comercio electrónico en Tilleke & Gibbins. “Se trata de diseminar P.I., en gran parte procedente del repertorio local, por las distintas plataformas. Lo interesante es que el derecho de autor ya no es un freno sino un estímulo para la innovación. La capacidad de adquirir P.I. es la piedra angular sobre la que se construyen estos imperios”.

La empresa BAT y otras del mismo tipo están desdibujando las líneas divisorias entre los distintos tipos de contenido audiovisual, al permitir que sus usuarios vean grandes

éxitos de taquilla, telefilmes, contenidos generados por los usuarios, espectáculos televisivos y un número cada vez mayor de programas de producción propia a través de diversos dispositivos. También experimentan con toda una gama de modelos operativos, basados tanto en la publicidad como en la suscripción o en el pago por visión. El objetivo que persiguen, compartido por muchas empresas en la industria cinematográfica mundial, es lograr que sus ecosistemas sean tan completos que los usuarios prefieran acceder al contenido de forma legal – aunque suponga un coste – que ir a buscar contenido pirateado.

A diferencia de las cadenas de cines y de los fabricantes de DVD, las plataformas de Internet también han podido reunir muchos datos acerca de las preferencias de sus usuarios: la música que escuchan, lo que compran por Internet y las estrellas de cine que siguen en las redes sociales. Eso les permite cotejar los datos y hacer películas orientadas a los gustos culturales de sus usuarios. “El proceso que se sigue para hacer películas en China es cada vez más lógico y científico y menos creativo”, bromea Amy Liu, de EntGroup. Es posible que este enfoque comercial no ayude a los realizadores chinos a ganar premios internacionales, pero sí contribuye a garantizar el futuro financiero del sector.

En ausencia de las tradicionales industrias culturales poderosas e influyentes que existen en muchas otras partes del mundo, las nuevas y dinámicas empresas chinas que operan en Internet han gozado de más libertad para evolucionar de forma innovadora. “Los jóvenes directivos que hay en China no conocen otra cosa que la comercialización de contenido en Internet”, dice Garnett. “Eso hace que el país sea distinto de Europa y los Estados Unidos de América, donde los directivos siempre se están preguntando si las nuevas formas de comercialización harán desaparecer las ya existentes”.

El rápido avance tecnológico de China no significa que su industria cinematográfica no haya encontrado dificultades en su transición a Internet. Los cineastas todavía sufren las consecuencias de la piratería, aunque los tribunales chinos son cada vez más duros con las plataformas de Internet que facilitan las infracciones del derecho de autor y con los anunciantes que mantienen en funcionamiento sitios ilegales. Los funcionarios de oficinas de P.I. proceden al cierre de cada vez más servicios ilegales de transmisión por flujo continuo, dice Han Yufeng, un antiguo juez que actualmente trabaja en el bufete de abogados Lung Tin, mientras que Zhan Wenlong, un administrador de programa en la Administración Nacional de Derecho de Autor, advierte a los piratas que este año habrá más medidas concretas contra ellos, en la línea de la campaña anual “Sword Net”. Incluso el Representante de los Estados Unidos para Asuntos Comerciales elogió en

su informe anual “Especial 301” los esfuerzos que han llevado a cabo últimamente las autoridades chinas en la lucha contra la piratería y destacó la multa récord de 42 millones de dólares de los Estados Unidos que se impuso en 2014 a QVOD, un sitio web de transmisión de video por flujo continuo, por dar acceso a sus suscriptores a películas y programas televisivos pirateados.

Tras iniciar su recorrido a menudo en territorios de dudosa legalidad, muchas plataformas de Internet chinas han evolucionado hacia modelos comerciales lícitos y figuran entre las empresas tecnológicas más valiosas del mundo. Hoy los mecanismos de “notificación y retirada” dirigidos a notificar y suprimir contenido infractor son un elemento habitual en los sitios web importantes. Como consecuencia, aumentan rápidamente los ingresos por concesión de licencias que obtienen los productores cinematográficos.

### ¿CONTINUARÁ?

Los modelos comerciales que están proponiendo las empresas chinas para distribuir películas y contenido audiovisual por Internet han convertido el país en una especie de laboratorio del derecho de autor y son objeto de un atento seguimiento por parte de los directivos y los investigadores del sector. Por ejemplo, un grupo de académicos liderados por Shen Xiaobai, de la Universidad de Edimburgo, está trabajando para el CREATE (*Centre for Copyright and New Business Models in the Creative Economy*) de los Consejos de Investigación del Reino Unido, en un proyecto relacionado con los nuevos modelos de producción y distribución de cine, música y ficción digital en China.

“Empresas chinas que hasta ahora se veían a sí mismas como meras receptoras dentro del régimen de P.I. comienzan a buscar formas de poner esos instrumentos a su servicio”, dice Shen. “Las empresas están reuniendo a sus mejores mentes para modelar y perfeccionar creativamente esos instrumentos y ponerlos a prueba en el mercado chino. Es posible que estén menos limitadas que en otros lugares para crear de forma imaginativa nuevos modelos operativos”.

La historia de la industria cinematográfica china tiene múltiples niveles y es muy ilustrativa de los nuevos modelos operativos existentes en las industrias culturales, de la progresiva disolución de las líneas divisorias entre el cine y otros contenidos audiovisuales, y de la evolución de las formas de consumir esos contenidos. Esto quizá no sea más que la primera parte de una larga saga.





# Una dimensión completamente nueva para los videojuegos: entrevista con *Sony Interactive Entertainment*

Por **Jonah Asher**, Oficina de la OMPI  
en el Japón

THE PLAYROOM

VR

WORKKETTLE





Los videojuegos se han convertido en una de las formas de entretenimiento de masas más populares del mundo.





Foto: Sony Interactive Entertainment Europe

Empresas como *Sony Interactive Entertainment* invierten mucho tiempo y energía en desarrollar nueva tecnología, como los servicios de *streaming* de juegos y de realidad virtual, para que los usuarios adquieran nuevas experiencias de juego.

Los videojuegos, terreno en que se encuentran el arte y la tecnología más avanzada, se han convertido en una de las formas de entretenimiento de masas más populares del mundo. Más conocida, quizá, como PlayStation®, *Sony Interactive Entertainment LLC* (SIE) (antiguamente *Sony Computer Entertainment Incorporated*) lleva desempeñando, desde hace más de 20 años, un papel fundamental en la configuración del multimillonario mercado mundial de los videojuegos. Sony PlayStation®, que se introdujo en el mercado en 1994, va ya por la cuarta generación, y los usuarios esperan con interés el lanzamiento de PlayStation®VR (PS VR), previsto en octubre de 2016, con el que vivirán una experiencia de juego totalmente nueva. En esta entrevista, Ryosuke Senoguchi, Vicepresidente de Propiedad Intelectual, y Saori Ikeda, encargado de Comunicación Corporativa, ambos en *Sony Interactive Entertainment*, nos hablan del rápido crecimiento que está experimentando este sector a escala mundial, hacia dónde se dirige la industria del videojuego y la importancia de la propiedad intelectual (P.I.) para la empresa.

### ***¿Qué factores han posibilitado el crecimiento de la industria de los videojuegos?***

**Saori Ikeda:** Los teléfonos inteligentes han tenido una repercusión importantísima en la popularidad de los juegos y han creado toda una nueva comunidad de jugadores. Mucha gente empieza por los juegos de los teléfonos inteligentes y se pasa luego a las consolas de videojuegos, a fin de vivir una experiencia más intensa. También están ganando adeptos las plataformas de *streaming* de videojuegos (retransmisión de videojuegos en tiempo



Foto: Sony Interactive Entertainment

En opinión de *Sony Interactive Entertainment*, los juegos de realidad virtual constituirán el próximo gran salto en la evolución del mercado de videojuegos. La empresa tiene previsto llevar la PlayStation®VR (realidad virtual de PS) al mercado en octubre de 2016.



Foto: Sony Interactive Entertainment

real), especialmente en los EE.UU., esfera que encierra un enorme potencial. Hace poco, SIE lanzó al mercado PlayStation™Now, un servicio de *streaming* de juegos que emplea tecnología basada en la nube mediante el cual los jugadores pueden acceder a una biblioteca de juegos de PlayStation®3 (PS3™) en la nube, ya sea por suscripción o en régimen de alquiler por juego. Este servicio ofrece a los usuarios la posibilidad de jugar a partir de varios dispositivos interconectados, como determinados televisores, sin tener que ser propietarios de una videoconsola específica para esos juegos. De este modo, el mundo de PlayStation® se está abriendo a muchos más consumidores.

### ¿Qué factores están impulsando el cambio en la industria de los videojuegos?

**Ryosuke Senoguchi:** El tiempo y la energía que empresas como SIE invierten en crear y desarrollar nuevas tecnologías, como los servicios de *streaming* de juegos y de realidad virtual, a fin de ofrecer a diferentes grupos de usuarios nuevas experiencias de juego constituyen

importantes motores del cambio. Naturalmente, esto ha sido posible gracias a la rápida evolución de la tecnología informática: unidades centrales de procesamiento y unidades de procesamiento de gráficos más rápidas, mejor infraestructura y, en el caso de la realidad virtual, pantallas de mayor definición y cámaras y sistemas de seguimiento de la cabeza de mejor calidad.

Antes de la primera PlayStation®, en la mayoría de las consolas de videojuegos se utilizaba el formato cartucho, pero PlayStation® utilizó discos ópticos, uno de los cuatro principales activos de P.I.

La evolución de los medios de comunicación fue lo que realmente permitió la evolución de los contenidos de *software*. Nosotros comenzamos con los CD-ROM y, posteriormente, los DVD constituyeron un nuevo estándar. Integrar estas tecnologías en el soporte físico nos llevó un tiempo, pero gracias a los medios de disco fuimos una de las primeras empresas en utilizar polígonos y entornos en 3D en nuestros juegos. Esa fue, creo, una de las claves del éxito de PlayStation®.

**Saori Ikeda:** La tecnología es un ámbito en constante evolución, que no cesa de transformar los juegos y la propia industria. Las nuevas funciones y servicios que se están desarrollando son también un motor de cambio. Por ejemplo, en el caso de PlayStation®4 (PS4™), la integración y la interacción social son fundamentales. El controlador del juego para el sistema PS4™ presenta el botón “COMPARTIR”, que permite a los usuarios compartir sus victorias al pulsar el botón. Los jugadores ya no están simplemente jugando, sino que están conectándose con otros jugadores mediante comunidades de Internet y servicios de redes sociales. Esta característica también está cambiando significativamente el entorno de los juegos.

### ***¿Cuál será el último gran avance en la evolución de los videojuegos?***

**Saori Ikeda:** Al igual que muchas otras empresas que tienen previsto sacar al mercado equipos de realidad virtual este año, creemos que los juegos de realidad virtual constituirán la próxima gran evolución en el mercado de los videojuegos. A nuestro juicio, estos juegos van a adquirir una enorme popularidad. En octubre vamos a presentar el dispositivo de realidad virtual PS VR, y estamos muy ilusionados con ello.

**Ryosuke Senoguchi:** Una de las mayores dificultades que afrontamos al desarrollar el dispositivo PS VR fue encontrar una solución a la “enfermedad de la realidad virtual”. Algunas personas sufren náuseas cuando utilizan juegos de realidad virtual y, aunque el grado en que la náusea afecta a las personas varía de una a otra, hemos logrado desarrollar un equipo y un programa que minimizan el problema. Al fin y al cabo, el objetivo no es que nuestros clientes se pongan enfermos.

**Saori Ikeda:** Otro reto que nosotros –igual que nuestros competidores– hemos tenido que afrontar ha sido el hecho de que, para comprender completamente el juego, tienes que probarlo. Utilizar un videojuego en una pantalla plana es una experiencia totalmente diferente a la de ponerse un casco y sumergirse en un juego de realidad virtual. Actualmente, el dispositivo PS VR solo puede probarse en ferias de las grandes empresas del sector y en otros eventos conexos, pero esperamos que, con el tiempo, podamos presentar el sistema en ámbitos más cercanos a los consumidores, como el comercio minorista, de suerte que los clientes puedan experimentar la realidad virtual por sí mismos. Es probable que, al principio, solo utilicen las tecnologías de realidad virtual los jugadores más aficionados y entusiastas, pero esperamos que su entusiasmo se filtre entre la población y que la realidad virtual se convierta en una nueva experiencia de juegos que todo el mundo pueda disfrutar.

**Ryosuke Senoguchi:** En un principio, el contenido disponible en el dispositivo PS VR consistirá principalmente en videojuegos, pero el sistema puede utilizarse en muy diversos ámbitos. Es algo que hemos tenido presente al elaborar la estrategia de P.I. para el PS VR.

### ***¿Habrá suficiente contenido de realidad virtual?***

**Saori Ikeda:** SIE ha invertido un gran esfuerzo en facilitar a los creadores la tarea de desarrollar *software* para nuestro equipo, y, después de muchos años, hemos logrado establecer una sólida relación con ellos, así que no pensamos que eso pueda suponer un problema. Los creadores pueden desarrollar juegos para el PS VR muy fácilmente, ya que el sistema PS4™ que ejecuta el contenido del PS VR se basa en una arquitectura de PC. En todo el proceso de I+D hablamos directamente con los creadores para estar seguros de que se creará una arquitectura y funciones que les facilitará el desarrollo de *software* para nuestro equipo.

### ***¿Por qué es importante la P.I. para SIE?***

**Ryosuke Senoguchi:** Nosotros utilizamos la P.I. para reducir el riesgo de demandas y, naturalmente, para impedir que terceros copien nuestros propios productos. La P.I. es muy importante para SIE y tiene un papel fundamental en la ampliación de nuestra cuota de mercado y en la creación de nuevos mercados. En el ámbito de la P.I., uno de los mayores retos que afronta el sector gira en torno al derecho de autor, puesto que es necesario proteger el contenido creativo. Nosotros protegemos por patente cada una de nuestras cuatro tecnologías, incluida PlayStation®. Es una manera de aumentar nuestro éxito. Pero lo que más tenemos son solicitudes de registro de marca, especialmente con respecto a nuestros equipos. Crear y proteger una marca de éxito es una tarea difícil pero fundamental.

Aunque nosotros proporcionamos el equipo y los títulos de *software* ejecutable en el mismo, tenemos previsto ofrecer una plataforma completa. En general, todas nuestras actividades de P.I. se centran en ofrecer a nuestros consumidores “el mundo de PlayStation®”. La marca PlayStation® es extremadamente importante para SIE.

### ***¿Puede hablarnos de algunas de las dificultades que afrontan los creadores de videojuegos?***

**Ryosuke Senoguchi:** Crear equipos y títulos de videojuegos que gusten y pueda disfrutar todo el mundo es muy difícil. Actualmente, los productos de PlayStation® se venden en 124 países. Cada país tiene su propia identidad y cultura y también una situación y un nivel de ingresos particulares. Y ese es un factor que tenemos que tener

en cuenta al elaborar un producto. No podemos asumir que porque un juego sea popular en Japón también lo será en otros mercados.

Crear *software* y desarrollar productos que sigan resultando atractivos con el tiempo y ofrecer una tecnología que la gente quiera comprar y utilizar ahora y diez años más tarde no es nada fácil. A diferencia de otros productos de consumo, el ciclo de vida de un equipo de PlayStation® puede ser de diez años o más. Ese fue el caso de la primera PlayStation®. El proceso de I+D lleva mucho tiempo, porque tenemos que pensar en formas de desarrollar y sacar al mercado tecnología que, además de ser la más reciente, pueda basarse en otras tecnologías que todavía no han sido desarrolladas, o combinarse con ellas.

Desde una perspectiva de P.I., debido a la duración del ciclo de vida de nuestro producto, es esencial garantizar que nuestros productos y servicios dispongan de protección de P.I. No puedo dejar de insistir en la importancia que ello reviste. Y especialmente hoy en día, en que la demanda de equipos de videojuegos es cada vez mayor. Disponer de una estrategia de P.I. eficaz nos permite obtener mayor provecho del valor de nuestros productos.

#### ***¿Ha tenido problemas importantes en materia de infracción de la P.I.?***

**Ryosuke Senoguchi:** En general, hace apenas unos años proteger a los creadores resultaba complicado, porque las leyes de derecho de autor eran muy distintas de unos países a otros. Pero, desde entonces, las cosas han cambiado mucho, ahora hay una mayor armonización internacional entre dichas leyes. Hoy en día, el entorno jurídico para proteger los productos creativos en este sector es mucho menos arduo, y, de manera general, se ha logrado un enorme progreso en la lucha contra la falsificación en el ámbito de la P.I. Es cierto que cada vez se cometen más actividades fraudulentas por Internet, y estamos adoptando medidas para mitigarlas. Nos estamos centrando en controlar los daños, y hemos adoptado las medidas paliativas técnicas y jurídicas más eficaces para impedir tales ataques.

#### ***¿Cree que es necesario reformar el sistema de P.I.?***

**Ryosuke Senoguchi:** En lo que respecta al derecho de autor, creo que el sistema seguirá evolucionando en consonancia con los avances tecnológicos y del mercado. En lo tocante a los derechos de P.I. en el ámbito de los diseños, valoramos positivamente los incesantes esfuerzos invertidos por la OMPI para simplificar el Sistema de La Haya para el Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales y que sea más costoeficaz. Pero, en lo que respecta al derecho de las patentes, la industria mundial de los videojuegos se enfrenta, en general, al desafío que plantea la protección jurídica de las innovaciones de redes y de servidores en todos los países en los que opera.

#### ***¿Cuál es su videojuego preferido?***

**Ryosuke Senoguchi:** Me gustan mucho los videojuegos FPS (“disparos en primera persona”). *Destiny* para PS4™ es un juego que me gusta especialmente. También disfruté mucho con *STAR WARS™ Battlefront™*. Mi hijo lo compró el año pasado, pero creo que yo acabé jugando más que él.

# Google explica cuál es el motor de la creatividad y de la innovación en la economía digital

Por **Fred Von Lohmann**,

Director de Derecho de Autor, Google

Son ríos de tinta los que se han hecho correr para explicar cómo la protección de los derechos exclusivos de la propiedad intelectual (PI) ha impulsado la innovación, la creatividad y la cultura. Sin embargo, en la economía digital de hoy en día, de este axioma se desprende un corolario: para impulsar la innovación, la creatividad y la cultura, es igualmente importante contar con limitaciones oportunas a esos derechos exclusivos. En lo que atañe al derecho de autor, en particular, las limitaciones a los derechos exclusivos están permitiendo impulsar el crecimiento económico, abrir nuevas oportunidades para los creadores e incubar nuevas tecnologías. Esta perspectiva presenta las excepciones y limitaciones al derecho de autor no como concesiones a regañadientes sino más bien como una parte integrante de una relación equitativa, en la que dos socios, las excepciones y limitaciones por un lado y los derechos exclusivos por otro, aúnan esfuerzos para cumplir la misión del derecho de autor: crear incentivos destinados a impulsar la cultura y la innovación.

Tomemos cuatro ejemplos de la actualidad en materia de economía digital: las plataformas, la copia privada, la remezcla y el aprendizaje automático. ¿Qué relación guardan estos cuatro temas aparentemente dispares? En los cuatro casos, las limitaciones oportunas al derecho de autor desempeñan una función clave a la hora de establecer incentivos para creadores e innovadores. Estos incentivos, a su vez, estimulan una mayor creatividad e inversión, tal como debería hacer cualquier política de derecho de autor bien concebida.

## LAS PLATAFORMAS

En la actualidad, *cada minuto* se publican en YouTube más de 400 horas de vídeo. La mayor parte de estas nuevas creaciones no se habría podido producir si no fuera por la existencia de plataformas en línea como YouTube,

que permiten tanto a creadores aficionados como profesionales llegar a un público mundial. Se puede observar otro crecimiento fulgurante de la producción creativa a escala similar en muchas otras plataformas en línea, como Facebook, Twitter y Snapchat, donde cada día se cuelgan más de 1.800 millones de fotos nuevas. Los desarrolladores de programas informáticos están programando más que nunca, gracias a las nuevas oportunidades que presentan plataformas como GitHub o las tiendas de aplicaciones de iTunes de Apple y de Google Play. Los escritores y los periodistas pueden hacer oír su voz en plataformas como Blogger, Medium y Tumblr. Los nuevos músicos saltan a la fama gracias a BandPage, SoundCloud y, por supuesto, YouTube. En pocas palabras, la creatividad ha experimentado un acelerón de crecimiento repentino y extraordinario. ¿Por qué? En gran parte por el elevado número de nuevas plataformas en línea que permiten a los creadores encontrar público sin incurrir en ningún gasto o en pocos.

Y cuando se trata de plataformas en línea, la legislación en materia de derecho de autor es la gran protagonista. Si no existieran disposiciones oportunas de “puerto seguro” en el derecho de autor, estas plataformas no existirían en su forma actual. Por ejemplo, en 1998 Estados Unidos promulgó la Ley de derecho de autor para el milenio digital (DMCA, por su sigla en inglés), que limita las responsabilidades en materia de derecho de autor de los proveedores de servicios en línea a cambio de que estos adopten medidas de aplicación, como la de “detección y retirada”, con el fin de ayudar a los titulares de derechos a combatir las infracciones en línea. En el año 2000, Europa adoptó disposiciones similares. Y recientemente este mismo enfoque es el que se ha adoptado en varios acuerdos comerciales, tanto multilaterales como bilaterales. Las plataformas en línea que fomentan estas riadas de nueva creatividad dependen de que se adopten ajustes del derecho de autor de estas características.





Foto: Fred Von Lohmann

“En el mundo digital actual, la “remezcla” se ha convertido en un elemento crucial del trabajo de muchos creadores, que readaptan y transforman las obras existentes para comentar, criticar, exaltar o satirizar una cultura, la nuestra, orientada hacia los medios de comunicación,” afirma Fred Von Lohmann.

## LA COPIA PRIVADA

¿Acaso hay algo más natural, en el entorno digital de hoy en día, que pretender poder acceder a todos los archivos personales propios desde cualquier dispositivo en cualquier lugar del mundo? Pues bien, si se aplicaran de forma rígida las leyes de derecho de autor, estas actividades cotidianas podrían considerarse infracciones.

Por suerte, la mayoría de las economías modernas cuentan con excepciones al derecho de autor para dar cabida a nuestra realidad digital actual. Algunos países, como Francia y Alemania, disponen de excepciones relativas a la “copia privada”, mientras que otros, como Estados Unidos, cuentan con excepciones más generales, como el “uso leal”. Independientemente del nombre que se le dé, es absolutamente crucial proceder a algún tipo de ajuste de la ley de derecho de autor para cosechar los frutos de la era digital y hacerlos llegar a los consumidores modernos. De no ser así, las actividades privadas más sencillas, como navegar por la red, hacer una copia de seguridad de la computadora o traspasar la música al celular, pueden acarrear responsabilidades jurídicas. Para el público, la mera posibilidad, aunque sea solamente teórica, de que esto ocurra socava la aceptabilidad de la legislación de derecho de autor. Pero si este conflicto entre los dispositivos móviles y el derecho de autor va más allá de lo puramente teórico, podría hacer que los proveedores de servicios en la nube se retiren de los mercados, en detrimento de la innovación, la competencia y el bienestar de los consumidores.

Por este motivo, en 2011, en el influyente informe Hargreaves encargado por el gobierno del Reino Unido, se recomendaba encarecidamente la aprobación de una excepción moderna relativa a la copia privada. Así se alcanzarían dos objetivos: en primer lugar, mantener la legitimidad del derecho de autor ante la opinión pública; y, en segundo lugar, fomentar la innovación en tecnologías móviles y de la nube, que dependen de la copia privada para existir. Si bien el Reino Unido aún no ha puesto en práctica esta recomendación, vale la pena analizar el informe porque es aleccionador para cualquier economía moderna que desee una ley de derecho de autor que satisfaga las expectativas cotidianas y legítimas del consumidor actual. Incluso en los países donde ya se ha adoptado una excepción relativa a la copia privada debemos estar atentos para cerciorarnos de que las excepciones concebidas para la era de las fotocopiadoras sigan respondiendo a las necesidades y expectativas de los usuarios de celulares del presente.

## LA REMEZCLA

No hay nada nuevo en el hecho de que los creadores a menudo se basen en obras anteriores para crear su propia obra, pues todos hemos heredado de nuestros antecesores. Ahora bien, en el mundo digital actual, la “remezcla” se ha convertido en un elemento crucial del trabajo de muchos creadores, que readaptan y transforman las obras existentes para comentar, criticar, exaltar o satirizar una cultura, la nuestra, orientada hacia los me-



Foto: iStock.com/Viktor Lugovskoy

En la actualidad, *cada minuto* se publican en YouTube más de 400 horas de vídeo. Si no existieran disposiciones oportunas de “puerto seguro” en el derecho de autor, las plataformas en línea, como YouTube, no existirían en su forma actual y no habrían permitido producir una gran parte de esas nuevas creaciones, afirma Fred Von Lohmann.

dios de comunicación. Cada noche, los programas cómicos estadounidenses como *The Daily Show* hacen una sátira de los programas informativos de otras cadenas de televisión por cable, utilizando fragmentos extraídos de sus noticiarios. Para los creadores que cuelgan sus obras en YouTube, lo más natural del mundo es editar y comentar el contenido de los demás. Las grandes estrellas mundiales de la música pop, como Psy de la República de Corea o DJ Baauer de los Estados Unidos, saltan al estrellato gracias a que miles de fans difunden remezclas e imitaciones de sus vídeos musicales más famosos. Los recién llegados a Minecraft recurren a YouTube para aprender de los vídeos que incluyen secuencias grabadas del juego. Incluso la Casa Blanca se ha apuntado a la moda de los “memes” para defender su postura sobre temas tan recientes como el nuevo acuerdo nuclear con Irán.

En la “cultura de la remezcla” de hoy en día, está claro que la ley de derecho de autor no puede tratar las obras transformadoras como si fueran piratería. También en este caso, las limitaciones oportunas a los derechos de autor pueden actuar de acicate para impulsar la creatividad y la innovación. De esta forma, los países que reconocen el “uso leal” pueden dar cabida a la remezcla y al mismo tiempo proteger a los creadores ante usos que socaven los mercados existentes. Canadá es un ejemplo de ello, pues recientemente adoptó una excepción destinada a dar luz verde a determinadas prácticas de remezcla de vídeos sin fines comerciales. Asimismo, se pueden modernizar las excepciones tradicionales relativas a la citación para que abarquen estas nuevas prácticas culturales, permitiendo así que más creadores puedan heredar de sus antecesores.

### APRENDIZAJE AUTOMÁTICO

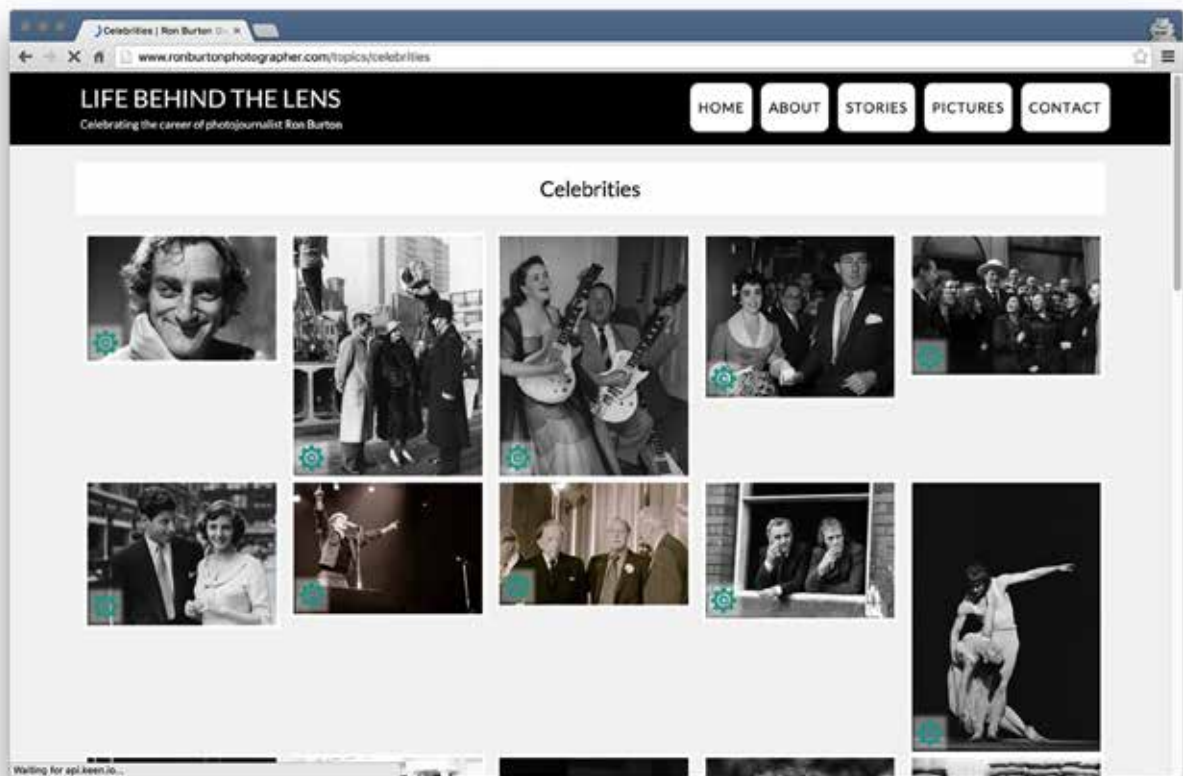
Bien es cierto que las plataformas en línea, los dispositivos móviles y los servicios en la nube son de por sí suficientemente cautivadores, pero no debemos olvidar que el valor de lo que está por inventar siempre es superior al valor de lo que ya se ha inventado. Aunque sea imposible predecir el futuro, ya hay señales tempranas que permiten pensar que el aprendizaje automático podría muy bien ser un componente clave en el próximo salto hacia adelante en el campo de la innovación y el crecimiento económico.

También en este caso las limitaciones oportunas al derecho de autor tienen una función que desempeñar. A menudo, las tecnologías de aprendizaje automático dependen de la disponibilidad de grandes conjuntos de datos e información que analizar. En algunos casos, estos conjuntos de datos pueden incluir material protegido por derecho de autor. Imaginemos que deseamos crear un sistema automático de traducción de texto utilizando un corpus de libros traducidos a varios idiomas, o un sistema de diagnósticos médicos utilizando textos y artículos de medicina, o un sistema de reconocimiento de imágenes utilizando millones de fotografías. Este tipo de usos intermedios y sin fines expresivos de obras protegidas por derecho de autor no perjudican en modo alguno el mercado de esas obras. Este es otro ejemplo de cómo las limitaciones al derecho de autor, cuando están bien concebidas, pueden y deberían ayudar a impulsar el crecimiento, la competencia y la innovación.

Durante demasiado tiempo, se ha puesto el foco en los derechos exclusivos como principal motor de la inversión en innovación, cultura y creatividad. No cabe la menor duda de que los derechos exclusivos son una parte fundamental de nuestro sistema mundial de propiedad intelectual. Sin embargo, debemos reconocer que las limitaciones y las excepciones a esos derechos exclusivos son igualmente importantes para crear incentivos que fomenten la creatividad y la cultura, así como para impulsar la innovación tecnológica.

# El *Copyright Hub* británico: con licencia para crear

Por **Richard Hooper**, Presidente,  
*Copyright Hub Foundation*,  
Londres (Reino Unido)



El *Copyright Hub* es una plataforma tecnológica diseñada para facilitar la concesión de licencias de derecho de autor. También proporciona un foro de debate para abordar problemas relacionados con las licencias y fomenta la formación en derecho de autor.

En muchos países oímos la misma argumentación política: existen problemas con el derecho de autor en la era digital, así que hay que cambiar la legislación en materia de derecho de autor. Sin más. Esto lleva a una guerra sin cuartel entre los partidarios y los detractores del derecho de autor que deja a los políticos en una incómoda posición intermedia.

Eso es lo que sucedía en el Reino Unido, pero hace cinco años el Gobierno británico me pidió llevar a la práctica una recomendación extraída del exhaustivo estudio sobre derecho de autor del profesor Ian Hargreaves. Se trataba de poner en marcha una bolsa digital de derechos de autor para facilitar la concesión de licencias en ese campo. Esa bolsa, que se denomina ahora *Copyright Hub* (centro de derechos de autor), se rige y está dirigida por la

*Copyright Hub Foundation*, fundación sin ánimo de lucro ubicada en Londres, que yo mismo presido. Se ha ejecutado ya la primera fase de “prueba de concepto”, con la financiación de las industrias creativas del Reino Unido, Australia y los Estados Unidos de América y la empresa tecnológica Google, así como del Gobierno británico.

## CONCESIÓN DE LICENCIAS SECUNDARIAS O AUTORIZACIONES

Actualmente, el *Copyright Hub* se centra en la denominada concesión de licencias secundarias o autorizaciones, por ejemplo, para poder poner un tema musical concreto en el vídeo de la boda de mi hija o para usar una imagen determinada en un sitio web en particular. No se trata de

“En el ámbito analógico los usuarios y los creadores eran dos especies diferentes. En el ámbito digital esas dos especies se funden: los usuarios son creadores y viceversa.”

las licencias primarias (cuando una escritora concede a un editor la licencia para publicar su próxima novela). Tampoco se trata de las licencias de consumo (la primera imagen que aparece en un DVD en la que se dice a los consumidores lo que no les está permitido hacer con el DVD, como por ejemplo cobrar entrada). Se refiere a la reutilización legal y adecuada de las obras protegidas por derecho de autor para crear nuevas obras protegidas por derecho de autor.

#### CÓMO EMPEZÓ TODO

En 2012 el Dr. Ros Lynch, funcionario británico al que se designó para que ayudara a aplicar la recomendación de Hargreaves, y yo elaboramos un informe de diagnóstico. Nuestro objetivo era asegurarnos de entender claramente cuáles eran los problemas relacionados con la concesión de licencias de derechos de autor y cómo podían solucionarse mediante la bolsa digital de derechos de autor. Si bien en el informe se señalaba una amplia gama de problemas en los ámbitos analógico y digital, destacaban dos cuestiones fundamentales: la escasez de datos y el trato inadecuado que se daba a los licenciarios.

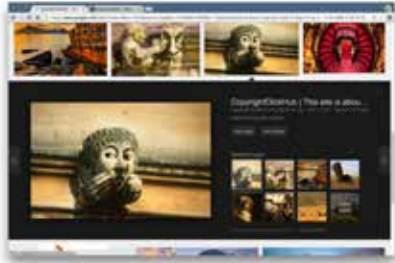
Las industrias creativas usaban datos de escasa calidad para seguir la pista de las obras y sus creadores o titulares de derechos. Esto quizá no plantee problema en el ámbito analógico, que cuenta con un pequeño número de operaciones de concesión de licencias de gran valor y costos de transacción elevados. Sin embargo, la escasa calidad de los datos constituye un problema en el mundo digital, dado el gran volumen de operaciones de valor más reducido que se dan en ese entorno. Esto es así porque los creadores no siempre reciben una remuneración adecuada. Además, según se ha calculado en estudios posteriores, un tercio de los usuarios que desea reutilizar el contenido amparado por derecho de autor no encuentra al titular de los derechos, con lo cual no reutiliza la obra o termina pirateándola. En cualquiera de los dos casos, se trata de una situación lamentable que el *Copyright Hub* pretende solucionar.

Asimismo, descubrimos que los licenciarios de derechos en el ámbito analógico no siempre estaban atendiendo satisfactoriamente a los licenciarios. Por ejemplo, hace cinco años las escuelas británicas tenían que tratar con 12 agencias de concesión de licencias de derecho de autor, ni más ni menos. Resulta descabellado pedir a quienes intentan dirigir una escuela que se dediquen a esas actividades. Ante las quejas planteadas a los dirigentes políticos locales, aumentaron las presiones para que se previera una “excepción” con fines educativos en la legislación sobre derecho de autor. Esa medida reduciría notablemente los ingresos de aquellos que ceden el material bajo licencia y las industrias creativas en su conjunto.

En julio de 2012, el Dr. Lynch y yo publicamos nuestro informe independiente final, en el que se recomendaba la creación de un centro de derechos de autor dirigido por las industrias creativas (imagen, audiovisual, música y edición) para tratar de solucionar los problemas más graves.



Fotos: www.copyrighthub.co.uk



La plataforma de tecnología de código abierto del *Copyright Hub* hace mucho más fácil la concesión en línea de licencias para el uso de contenido digital, sin apenas costos de transacción. [www.copyrighthub.co.uk](http://www.copyrighthub.co.uk)

Hoy en día el *Copyright Hub* se ocupa de tres cometidos:

- sirve como plataforma tecnológica;
- ofrece un foro de debate; y
- fomenta la formación en derecho de autor.

**EL COPYRIGHT HUB COMO PLATAFORMA TECNOLÓGICA**

El 90% de los muy escasos recursos de los que se dispone hoy para el *Copyright Hub* se dedica a la plataforma de tecnología de código abierto, que facilita la concesión en línea de licencias para el uso de contenido digital, sin apenas costos de transacción. El mercado que engloba un elevado número de operaciones de concesión de licencias poco costosas solo es accesible para las industrias creativas si los costos de transacción son muy reducidos. En 2012 el Director Ejecutivo de *Cambridge University Press* me dijo que la carga administrativa y los costos de transacción que entraña el hecho de conseguir la autorización para usar una imagen concreta en una publicación a menudo superan con creces el beneficio que se obtiene de ello.

**FUNCIONAMIENTO**

La creación del *Copyright Hub* como plataforma tecnológica se basa en un concepto sencillo. A una obra protegida por derecho de autor que se encuentra en Internet, como una imagen o una composición musical,

se le asigna un código de identificación único. El que quiera reutilizar esa imagen o tema musical puede, con un simple clic, conectarse con la computadora del titular de los derechos o del creador, que también tiene un código de identificación único asignado a su parte. Esta es la denominada fase de búsqueda. El titular de los derechos o el creador pueden a partir de ese momento, de computadora a computadora, ofrecer licencias estándar para una reutilización que requiera un pago o un reconocimiento formal.

Numerosos creadores están deseando permitir la reutilización de su obra a cambio de que se reconozca simplemente su autoría y de que su nombre aparezca bien escrito. Si quien desea reutilizar la obra acepta los términos de la licencia y, si procede, paga la tasa correspondiente, la obra de nueva creación adquiere a su vez un código de identificación de licencia, que indica que se ha creado de forma legal y con la conveniente autorización. La obra, el creador y la licencia tienen cada uno un código de identificación único, que agilizan conjuntamente la concesión de licencias secundarias o de autorizaciones en Internet. Esto reduce notablemente la complejidad y los costos de transacción que han venido obstaculizando en gran medida la modernización de la concesión de licencias de derecho de autor.

Se ha avanzado mucho en la aplicación de la plataforma tecnológica del *Copyright Hub* en el sector de la imagen. Hoy en día la están usando ocho servicios públicos, en-



tre ellos *Oxford University Images* y *4Corners Images*. El primer servicio público del sector audiovisual, que abarca al *British Film Institute* y TVARK, también ha empezado recientemente a servirse de esa tecnología. Más de 100 “propuestas de uso” o de creación de aplicaciones Hub están esperando su puesta en marcha, procedentes de los cuatro sectores creativos. La próxima propuesta de uso que se haga pública será de la industria musical. Dado el nivel de aceptación, creemos haber probado el concepto del *Copyright Hub* y haber dado un gran paso adelante en el camino que lleva de las palabras a los hechos.

### EL COPYRIGHT HUB COMO FORO DE DEBATE

El *Copyright Hub* también tiene grupos de trabajo, que colaboran estrechamente con los cuatro sectores en cuestión para resolver problemas concretos relativos a la concesión de licencias, en particular los que surgen en el ámbito analógico. Así, el Grupo de Trabajo sobre la concesión de licencias en el sector docente ha contribuido enormemente a solucionar el problema al que se enfrentaban las escuelas británicas mencionado anteriormente al conseguir que las agencias de concesión de licencias trabajen juntas, lo que les permite tanto a ellas como a las escuelas ahorrar tiempo y dinero.

### FORMACIÓN EN DERECHO DE AUTOR

Asimismo, el *Copyright Hub* está fomentando la formación en derecho de autor mediante su sitio Web, [www.copyrighthub.org](http://www.copyrighthub.org). Sin embargo, estamos cada vez más convencidos de que la plataforma tecnológica del *Copyright Hub* constituye en sí misma la mejor forma de conocer este ámbito ya que hace posible el aprendizaje práctico. Imaginemos una profesora que anima a sus alumnos a escribir poemas. Se mete en Internet para enseñarles cómo pueden obtener un código de identificación único tanto para ellos como para cada uno de los poemas que escriban y cómo establecer una licencia estándar para su reutilización. De pronto, el objetivo mismo del derecho de autor se hace realidad. Los alumnos aprenden de primera mano que cuando crean algo deben responsabilizarse de su creación, algo posible gracias al *Copyright Hub*. En el ámbito analógico los usuarios y los creadores constituían dos especies diferentes. En el ámbito digital esas dos especies se funden: los usuarios son creadores y viceversa.

### PRÓXIMAS ETAPAS

Tras haber puesto en práctica la idea de modo satisfactorio y haber suscitado gran interés tanto en las industrias creativas como entre los responsables de elaborar las políticas en Londres, Bruselas, Ginebra, Sídney y Washington D.C., la siguiente etapa es desarrollar una

masa crítica. Nuestro objetivo, como lo expresó Jeff Bezos, de Amazon, es crecer mucho y rápidamente. Sin embargo, para lograrlo, necesitaremos una sólida financiación por parte de los sectores público y privado a fin de garantizar que podamos convertir cada vez más propuestas de uso en servicios públicos, tanto en el Reino Unido como a escala internacional. El mercado del contenido digital es mundial, al igual que Internet, por lo que también tenemos que dar a conocer a escala mundial las ventajas del enfoque del *Copyright Hub*. La idea fracasará si se limita al Reino Unido.

Asimismo, hemos de garantizar, en cuanto que *Copyright Hub Foundation*, que el mercado que la tecnología está impulsando se gobierna de forma adecuada. Por ejemplo, es preciso preguntarse qué pasa si la titularidad de una obra es objeto de litigio.

El mercado que puede surgir de la adopción generalizada de la plataforma que promueve el *Copyright Hub* solo funcionará si despierta la confianza suficiente y si los usuarios están seguros de que uno es la persona que dice ser y de que es el titular legítimo de los derechos sobre una obra creativa concreta. La *Copyright Hub Foundation* tiene que generar y mantener esa confianza.

### LA ARGUMENTACIÓN POLÍTICA: AMBIENTE DE CAMBIO

Cinco años después, se tiene la sensación de que gracias a la colaboración con las industrias creativas, las empresas de tecnología y los gobiernos, el *Copyright Hub* está empezando a introducir mejoras en la argumentación política. En efecto, se plantean problemas con el derecho de autor en la era digital; al mismo tiempo, es preciso que las empresas creativas y tecnológicas determinen cuáles son esos problemas y hagan algo al respecto. Sin embargo, resulta que no es necesario efectuar cambios en la legislación de derecho de autor para solucionar muchos de esos problemas. Lo que se necesita son nuevos y mejores mecanismos y organizaciones de concesión de licencias. Si se moderniza el marco de concesión de licencias, habrá más y mejores servicios a disposición de los consumidores, se generarán más ingresos para los creadores y disminuirán las infracciones del derecho de autor. Así, aunque prosigan las discrepancias entre los partidarios y los detractores del derecho de autor, circunstancia que probablemente no vaya a cambiar, disminuirá la fiereza del combate y todo el mundo saldrá ganando.

# Crear una industria africana de contenidos digitales

Por **George Twumasi**, Director Ejecutivo,  
*ABN Holdings Limited*, Londres (Reino Unido)



Foto: Spielworks Media

*Spielworks Media*, de Kenia, se ha propuesto como misión "expresar y celebrar" la tradición africana de narración en la era digital. Capturas de pantalla de la serie producida por la empresa, *Jane and Abel*, una cautivante historia de manipulación, traición y venganza entre dos empresas familiares rivales trabadas en una lucha de poder.

El patrimonio cultural africano teje una trama compleja, rica y colorida de profundos conocimientos y sabiduría. Sin embargo, durante generaciones, nuestros cautivantes cuentos populares y las reflexiones que ellos transmiten han sido subestimados, sin recibir la atención que merecen. Por otra parte, la historia nos enseña que las más grandes civilizaciones de la tierra florecieron gracias a la inquebrantable confianza en el poder creativo de sus sistemas de creencias y sus mitos.

Reconociendo el inmenso potencial creativo de los recursos culturales de África, el poder de los medios de comunicación y la necesidad de renovar entre los africanos la confianza en nuestro potencial creativo, la *African Public Broadcasting Foundation (APBF)* está respaldando los esfuerzos desplegados para crear un entorno viable para la radiodifusión pública africana, que fomente las tecnologías digitales y aliente la producción de contenido interesante y de calidad, *hecho por los africanos para los africanos*.

La APBF, creada por *ABN Holdings Ltd.* en colaboración con el Profesor Emmanuel Akyeampong de la Universidad de Harvard e importantes organismos africanos de radiodifusión, es una organización panafricana de medios de comunicación electrónicos que congrega a organismos de radiodifusión e investigadores académicos. Tiene por objetivo respaldar la transformación económica de África mediante el establecimiento de un taller creativo en el cual se elaboren historias auténticas e inspiradoras, orientadas hacia el desarrollo, producidas y distribuidas en canales de televisión africanos y que lleguen a millones de personas en África y el mundo.

A partir de la profunda riqueza cultural de África, la APBF está recreando para la televisión la inspiradora tradición africana de narración difundiendo contenido *hecho por africanos para los africanos*. El objetivo es aprovechar la inmediatez del poder audiovisual de la televisión para celebrar la rica historia de cuentos populares del continente con el fin de entretener e instruir a los televidentes.



Fotos: Spielworks Media

Capturas de pantalla de *Sumu La Penzi* (arriba), de Spielworks Media, que sigue los pasos de cuatro desenfadas mujeres que viven la gran vida en Nairobi, y *Sema Nami* (derecha), el nuevo y exitoso programa de entrevistas de *Starswahili*.



Según George Twumasi, los organismos de radiodifusión de África tienen frente a sí una inmensa oportunidad comercial para entretener e informar a millones de suscriptores de canales de televisión de bajo costo, ofreciéndoles excelente contenido africano.

Durante siglos, la estimulante tradición africana de narración no ha recibido la atención que merece. En términos generales ello ha entibiado el interés de los africanos en la rica sabiduría cultural de nuestra narrativa, frenando cualquier deseo de explotar su potencial creativo y nublado la visión de un futuro de infinitas posibilidades en el que los logros destacados sean la norma.

### **SURGE UN ARCHIVO DE CULTURA AFRICANA QUE ES FUENTE DE INSPIRACIÓN**

Cabe señalar que en los últimos 65 años los investigadores han estado recopilando un archivo cada vez más abultado de conocimientos africanos, que va desde sus raíces arqueológicas e históricas hasta sus tradiciones literarias y folclóricas. Iniciativas como la Serie sobre escritores africanos, patrocinada por *Heinemann Educational Publishers* desde el decenio de 1950 -que permitió que se dieran a conocer escritores como Amos Tutuola y Chinua Achebe- también constituyen ahora un considerable archivo literario. De manera similar, el *Dictionary of African Biography*, publicado en 2012 por los Profesores de la Universidad de Harvard Emmanuel Akyeampong y Henry Louis Gates, que rescata los acontecimientos que plasmaron la historia del continente en los últimos 5.000 años, constituye otra rica fuente de información acerca de los héroes y las heroínas de África.

Esas obras revelan la profundidad, riqueza y complejidad de la historia africana y documentan las contribuciones culturales y artísticas tangibles hechas por las sociedades africanas en el pasado. Incluyen los jeroglíficos egip-



“La revolución digital dará a los empresarios africanos del sector creativo una oportunidad única para transformar las tradiciones del folclore de África en contenido digital atractivo, preparado de forma creativa.”

cios, el alfabeto meroítico y el alfabeto e idioma Ge'ez de Etiopía. También constituyen una invaluable fuente de inspiración para que los jóvenes creadores africanos de hoy puedan crear contenido *hecho por africanos para los africanos*.

#### **UNA OPORTUNIDAD DE REFLOTAR EL INTERÉS EN LA CULTURA AFRICANA**

En todo el mundo, la industria tradicional de medios y contenidos se ve sacudida sin remedio por el giro hacia las nuevas tecnologías digitales de medios de comunicación, que están transformando la manera en que producimos, almacenamos, distribuimos y consumimos contenido creativo. También en África, los modelos empresariales tradicionales del sector de los medios de comunicación están abriendo camino a nuevas plataformas digitales que han pasado a ser los motores centrales de los modelos operativos en rápida evolución, de las relaciones con los consumidores y el aumento de los ingresos.

La revolución digital ofrecerá a los empresarios africanos del sector creativo una oportunidad única para transformar las tradiciones folclóricas de África en contenido digital atractivo, preparado de forma creativa, que pueda ser compartido con millones de consumidores en todo el mundo con solo pulsar un botón.

Sin embargo, para aprovechar al máximo esas oportunidades, será necesario transformar el panorama de la radiodifusión de África. Para la APBF, crear un entorno en el que surja una industria sólida de publicación digital, orientada a la prestación de un servicio, es una prioridad fundamental, y para lograrlo nos centramos en tres objetivos principales.

En primer lugar, nos concentramos en crear marcas de televisión por suscripción que representen íconos culturales, orientadas al mercado de masas. En África es necesario establecer un ecosistema de radiodifusión que sea eficiente, asequible, que pueda utilizarse en todo tipo de plataformas y que respalde la monetización del contenido. África necesita un ecosistema que atraiga la participación de todas las empresas de radiodifusión del continente, públicas y privadas, en el que puedan funcionar con un margen de ganancias.

En su conjunto, los organismos de radiodifusión de África tienen frente así una inmensa oportunidad comercial para entretener, educar e informar a decenas de millones de suscriptores a canales de televisión de bajo costo. Sin embargo, para que esta oportunidad se concrete en beneficios económicos, es necesario el compromiso de proteger y asegurar todos los derechos de propiedad intelectual relacionados con la generación y distribución de

nuevo contenido africano en múltiples plataformas. Por ello, la APBF procura trabajar con la OMPI y con gobiernos africanos progresistas para sensibilizar acerca de la importancia de la P.I. y fortalecer las capacidades de P.I. de todo el continente.

En segundo lugar, necesitamos restablecer la integridad y los valores de la emancipación cultural de África. El objetivo es respaldar la transformación digital de las sociedades africanas manteniendo al mismo tiempo la interconectividad y la diversidad, y reavivar el espíritu africano de creatividad cultural mediante el establecimiento de una sólida marca de televisión digital y publicación de contenido que se nutra de contenido africano, inspirador y cautivante, que despierte el interés de los televidentes africanos.

Para lograr un flujo continuo de contenido *hecho por africanos para los africanos*, la Fundación respalda las iniciativas destinadas a establecer un Fondo de Medios Digitales de Comunicación de África para dar asistencia a los incipientes empresarios africanos de los medios de comunicación.

En tercer lugar, es preciso instruir a los televidentes africanos mediante el uso de canales televisivos de servicio público, comercialmente viables, que les ofrezcan entretenimiento.

La inmediatez de la televisión y la forma en que, de manera tan convincente, logra transmitir historias puede utilizarse para restablecer los ambiciosos valores y la integridad de las civilizaciones africanas del pasado. El éxito para motivar a los inquietos jóvenes dependerá de nuestra capacidad de validar el inestimable pasado histórico del continente y sus notables logros, proyectando al mismo tiempo la cautivante visión de una personalidad africana renovada que sea capaz de buscar activamente el cambio productivo que genere transformación.

### **LA INVERSIÓN ES FUNDAMENTAL PARA SATISFACER LA DEMANDA EN AUMENTO**

El mercado africano de la televisión ya está experimentando una insaciable demanda de contenido africano original y edificante desde el punto de vista cultural. Sin embargo, la televisión de África, que dispone de abundante liquidez, constituida en su mayoría por operadores de televisión de pago, sigue respondiendo a las preferencias de su acomodada base de suscriptores y al fuerte interés de éstos por la programación internacional.

Guiados por la ley del mercado, los operadores de televisión de pago tienen poco o ningún interés o incentivo para producir contenido interesante desde el punto de vista cultural con el que los africanos puedan sentirse fá-

cilmente identificados. De la estimación de 100 millones de hogares con televisión en el África subsahariana, menos del 17% (aproximadamente 15 millones de hogares) puede permitirse tener acceso a la televisión digital terrestre o a las transmisiones televisivas directas a domicilio.

África se está preparando activamente para pasar a la televisión digital, pero muchos organismos de radiodifusión carecen de los medios financieros para crear una infraestructura de distribución digital dotada de los recursos adecuados. Por ello, resultan fundamentales las alianzas internacionales y la inversión que la APBF procura llegar a lograr.

Alinear los servicios de los distintos actores del ecosistema africano de radiodifusión representará una aportación importante hacia el establecimiento de un servicio público de radiodifusión viable, que sea asequible para los hogares de bajos ingresos y rico en contenido africano.

La APBF reconoce el ambicioso valor del contenido *hecho por africanos para los africanos*. Nuestro objetivo es crear en África un entorno de radiodifusión compuesto por polos regionales que estén en condiciones de producir y distribuir de forma continua contenido de vanguardia a decenas de millones de hogares de bajos ingresos suscritos a la televisión de pago y la televisión móvil. Nuestro objetivo es garantizar hacia 2023 el acceso en toda África a un mínimo de 50 millones de suscriptores de servicios de televisión de pago por uso.

Asimismo, trabajamos para asegurar que en los distintos países haya a disposición dispositivos asequibles de recepción de contenidos (descodificadores, televisores digitales, teléfonos inteligentes, tabletas, adaptadores, etc.). Los avances en ese ámbito profundizarán y enriquecerán aún más el espectro de contenido *hecho por africanos para los africanos*.

Globalmente, el objetivo de la APBF es dar impulso a las tecnologías digitales para estimular el renacimiento de la originalidad y la creatividad de África. Ellos solo será posible a partir de historias *hechas por africanos para los africanos*. Consideramos que al estimular la curiosidad de todos los africanos respecto de su patrimonio cultural, será posible fomentar el desarrollo de una pujante industria de contenidos digitales, con un volumen de negocios de miles de millones de dólares, que respalde los objetivos del continente en materia de desarrollo sociocultural y económico.

# La colaboración es fundamental para la accesibilidad: la opinión de una editorial científica

Por **Carlo Scollo Lavizzari**, Abogado, Lenz Caemmerer, Basilea (Suiza), y Consejero Jurídico de STM (*International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers*)



Foto: iStock.com/mihalomilovanovic

El problema al que actualmente se enfrentan la industria editorial y sus usuarios no es la disponibilidad en sí, sino la necesidad de mejorar la accesibilidad y las posibilidades de hallar el material publicado.

Las editoriales científicas, técnicas y médicas forman parte de uno de los sectores más dinámicos e innovadores, el que combina la comunicación académica y la tecnología de la información. Estas editoriales utilizan la concesión de licencias para poner el contenido publicado a disposición de los lectores particulares así como de los miembros de bibliotecas, instituciones de investigación y educación, o empresas.

Los editores pueden crear licencias para el uso del contenido de sus publicaciones en acceso libre (es decir, de forma gratuita y sin restricciones de acceso o reutilización) y concederlas a lectores específicos o al público en general. Los destinatarios de estas licencias suelen incluir consorcios de bibliotecas institucionales, pero, en ocasiones, una región entera o incluso un país pueden solicitar una licencia regional o nacional para garantizar que los lectores de una zona geográfica definida tengan acceso inmediato al contenido.

Tanto la literatura científica como la académica suelen estar ampliamente disponibles en todo el mundo, ya sea por medio de la oferta comercial o de iniciativas de acceso libre. Aunque no estén de acuerdo con ello los que abogan por debatir a escala internacional las excepciones y limitaciones a la legislación de derecho de autor en la OMPI, esta es la realidad.

El problema al que actualmente se enfrentan la industria editorial y sus usuarios no es la disponibilidad en sí, sino la necesidad de mejorar la accesibilidad y las posibilidades de hallar el material publicado. El rápido crecimiento del número y de la diversidad de las iniciativas de acceso y de los modelos comerciales de licencias para que el contenido esté disponible demuestra que la demanda de este tipo de servicios es cada vez mayor.

Presentar como un problema de acceso la disminución del intercambio de documentos por un único canal establecido, como son las bibliotecas, conduce a engaño (véase el artículo “Ha llegado el

momento de crear un marco mundial de derecho de autor para las bibliotecas y los archivos”, *Revista de la OMPI*, Número 6/2015). El uso de las bibliotecas puede estar disminuyendo por varios motivos, en particular porque otros mecanismos de acceso ya están prestando servicios que satisfacen las necesidades de los usuarios. Estos mecanismos incluyen la suscripción, el acceso libre, el alquiler o el intercambio mediante las redes sociales a las que pertenecen los científicos y los investigadores. A mi juicio, el éxito o la interrupción de un canal de acceso en concreto no debería considerarse un asunto que requiera de la atención de los encargados de formular políticas a escala internacional.

#### **INICIATIVAS DIGITALES QUE AYUDAN A COLMAR LAS BRECHAS DE ACCESO**

Existen cada vez más iniciativas para que los lectores puedan acceder al material de lectura, en particular los lectores que ya tenían poco acceso a ese material. Por ejemplo, las editoriales científicas, tecnológicas y médicas han emprendido varias iniciativas clave destinadas a instituciones de los países menos adelantados y los países en desarrollo (tal como se designan en el sistema de las Naciones Unidas) con el fin de ampliar su acceso al contenido a un costo reducido o, en algunos casos, de forma gratuita. Entre estas iniciativas, cabe destacar la alianza Research4Life, la red INASP y el consorcio EIFL.

La red INASP presta servicios a 1.900 instituciones de países en desarrollo. Gracias a sus programas de acceso y disponibilidad, las bibliotecas asociadas a la red INASP pueden acceder a 50.000 publicaciones en línea y 20.000 libros electrónicos. El alcance de Research4Life es aún mayor, ya que son 8.000 instituciones las que tienen acceso al contenido procedente de 68.000 recursos documentales. El consorcio EIFL contribuye a una mayor disponibilidad y además colabora con países en transición recabando apoyo financiero de otros países y de los organismos de las Naciones Unidas y renegociando acuerdos de acceso a bajo costo para los consorcios.

#### **INFORMACIÓN DESTINADA A LOS PACIENTES**

En el ámbito de la atención sanitaria, los pacientes y sus familias se benefician de servicios como los que presta patientINFORM, que proporciona acceso a información y artículos de investigación adaptados a los lectores profanos en la materia. La plataforma patientACCESS también permite a los pacientes y a sus cuidadores consultar directamente artículos de investigación que pueden imprimir y compartir con el profesional sanitario

de su confianza por medio de un sencillo proceso denominado RightsLink, un servicio ofrecido por el Copyright Clearance Center.

A su vez, muchos editores miembros de la STM elaboran normas y definiciones de formato así como herramientas informáticas para garantizar que las personas ciegas o con discapacidad visual puedan acceder a los mismos recursos que las personas sin discapacidad, y que lo puedan hacer en el mismo plazo y al mismo precio. A este efecto, las editoriales conceden licencias a BookShare para que pueda distribuir copias en formato accesible en todo el mundo. Además, participan en el Consorcio de Libros Accesibles, patrocinado por la OMPI.

#### **MECANISMOS DE LICENCIAS COMERCIALES**

Como parte de su compromiso en aras del acceso libre, los editores de la STM conceden licencias sobre colecciones de contenido. Estas licencias pueden adoptar formas muy variadas, como la suscripción, los testigos de autenticación, el pago por visión o el alquiler. Recientemente, han colaborado con varias redes sociales de colaboración centradas en el campo de la ciencia para facilitar el intercambio sostenible entre los usuarios de la red.

#### **CONCEDER LICENCIAS SOBRE PAQUETES DE CONTENIDO**

Los consorcios de bibliotecas institucionales centralizan varios servicios para satisfacer la demanda de los investigadores, que solicitan tener acceso sin obstáculos al contenido. Lo hacen negociando licencias según las cuales cada biblioteca tiene la libertad de decidir si desea participar en la colección y añadir su contenido. Esto permite a cada biblioteca acceder a un contenido que de otra forma no estaría a su disposición.

Se calcula que existen entre 300 y 400 consorcios de bibliotecas en todo el mundo, con tamaños y características que varían de forma considerable. Un ejemplo lo encontramos en Francia con el consorcio académico de publicaciones digitales denominado Couperin, que cuenta con más de 200 miembros y está en condiciones de negociar acuerdos de licencia que agrupan los tipos de contenido que sus miembros necesitan.

En ocasiones, algunas entidades han optado por recurrir a las licencias nacionales. Por ejemplo, en 2004 la Asociación Alemana para la Investigación (DFG, por sus siglas en alemán) decidió adquirir determinado contenido digital para el que suscribió una Licencia nacio-



nal alemana. El contenido objeto de la licencia incluye bases de datos bibliográficas, periódicos electrónicos, obras de referencia y bases de datos de textos completos procedentes de un gran número de proveedores. Las licencias nacionales hacen posible satisfacer las necesidades específicas de un país. Por medio del acceso remoto o a través de las bibliotecas académicas e incluso, en ocasiones, las públicas, estas licencias permiten que, si reúnen las condiciones, las instituciones de investigación y terciarias así como sus usuarios, incluidos los lectores ocasionales, tengan un amplio acceso a la literatura de investigación en todo el país.

### **COLECCIONES DE LIBROS ELECTRÓNICOS, LIBROS ELECTRÓNICOS INDIVIDUALES O SUS CAPÍTULOS**

Gracias a varios modelos de licencias y de adquisición es posible acceder a una multitud de libros electrónicos del ámbito de la ciencia, la tecnología y la medicina, como obras de referencia, compilaciones de libros, manuales y monografías. Los libros electrónicos científicos se ofrecen en paquetes o colecciones, a veces con la posibilidad de que los miembros de las bibliotecas impriman su propia copia personal.

Los libros electrónicos de ciertas disciplinas científicas pueden comprarse en colecciones en función del año de publicación. Por ejemplo, puede comprarse la “colección de novedades” (es decir, los libros que se han puesto a la venta en los últimos 12 meses) y complementarla con “fondos editoriales” digitalizados. Estas colecciones pueden ser objeto de licencias o pueden comprarse directamente.

Los libros electrónicos también pueden adquirirse por separado mediante un pago único, opción que equivale a una licencia de uso de la obra durante un tiempo ilimitado. Además, las editoriales y las plataformas intermediarias también ofrecen la posibilidad de comprar o alquilar con opciones de búsqueda los capítulos sueltos de los libros electrónicos.

### **LICENCIAS DE ACCESO LIBRE**

Numerosas editoriales de la STM suscriben acuerdos con los autores y los organismos que han financiado sus investigaciones con el fin de que los autores que publican en periódicos miembros de la STM puedan cumplir con los requisitos de archivo de manuscrito que exigen los organismos financiadores. En estos casos, el acceso libre se financia como componente de las becas de investigación concedidas por esos organismos. En muchas ocasiones, los acuerdos prevén el pago de una tasa de acceso libre “dorado”, ya sea para publicar el texto en un periódico de pleno acceso libre o para contar con un mecanismo de acceso híbrido que forme parte de un periódico tradicional basado en el método de la suscripción. A partir de ahí, los artículos y colaboraciones que presenten o interpreten los resultados de la investigación de un autor



Foto: iStock.com/JurgaR



Están surgiendo varias iniciativas, entre ellas Research4Life, destinadas a instituciones de los países en desarrollo y los países menos adelantados con el fin de ampliar su acceso al material de lectura a un costo reducido o, en algunos casos, de forma gratuita.

que haya sido financiado por ese organismo se ponen a disposición en acceso libre (gratuito para los lectores) por medio de la plataforma en línea de la editorial o en un repositorio institucional.

### ALQUILER DE ARTÍCULOS

DeepDyve ofrece la posibilidad de que cualquier persona pueda alquilar un artículo de los periódicos participantes en el proyecto. Los servicios incluyen la opción de alquilar un artículo durante 24 horas por medio de un PDF de sólo lectura y un servicio de alquiler por suscripción mensual, gracias al cual los usuarios pueden acceder a más de 12 millones de artículos de más de 10.000 periódicos revisados por pares. De manera similar, la tecnología ReadCube de Digital Science, si bien tiene como objetivo principal facilitar la gestión de la investigación, ofrece acceso de forma instantánea y asequible al contenido por medio de un servicio llamado ReadCube Checkout.

### ACUERDO DE PUBLICACIÓN EN LÍNEA DE ARTÍCULOS

Muchos autores e instituciones desean ampliar su presencia en Internet a través de los resultados y las repercusiones de sus investigaciones. Para ello, a menudo se necesita elaborar un repositorio institucional para que los académicos y los estudiantes publiquen en línea y faciliten el acceso a sus artículos, capítulos de libros, presentaciones para conferencias, disertaciones y tesis. Gracias a los acuerdos concebidos para estos fines específicos, las editoriales especializadas están trabajando con autores e instituciones para permitirles incluir esas obras en sus repositorios institucionales.

### ELABORACIÓN DE LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DEL INTERCAMBIO DE ARTÍCULOS

En 2015, la STM entabló una consulta abierta sobre el intercambio de artículos con miras a establecer los principios básicos que aclaren qué tipo de contenido, cómo y dónde debería intercambiarse a través de estas redes y sitios web. Gracias a esta labor, la STM ha podido publicar el documento *Voluntary principles for article sharing on scholarly collaboration networks*. Este amplio diálogo, que ha incluido a la totalidad de la comunidad académica, ha creado un trampolín para seguir colaborando y facilitando el intercambio, lo que promete resultados enriquecedores para los investigadores, las instituciones y el conjunto de la sociedad.

### SERVICIOS DE INTERCAMBIO DE DOCUMENTOS

Varias bibliotecas y entidades sin ánimo de lucro prestan servicios de intercambio de documentos destinados a satisfacer las necesidades de los investigadores y los

académicos. Cabe destacar algunos ejemplos, como Subito, un consorcio de más de 30 bibliotecas alemanas, suizas y austríacas, que gestiona una plataforma de intercambio de documentos que incluye los pedidos en línea. Otro ejemplo es FIZ Karlsruhe, que gestiona un servicio de intercambio de documentos plenamente basado en las licencias y que incluye opciones de alquiler.

Get-It-Now, un servicio rápido a escala mundial de intercambio de artículos en texto íntegro, complementa los propios servicios de préstamo interbibliotecario de las bibliotecas añadiendo periódicos sin suscripción con la posibilidad de la plena integración en el flujo de trabajo de la biblioteca o mediante un resolvidor de enlaces en formato OpenURL.

Existe todo un abanico de servicios de intercambio de documentos con fines comerciales que también ofrecen las editoriales, los intermediarios y las empresas, como Infotrieve e Ingenta Connect. Estas iniciativas incluyen el acceso directo a artículos individuales así como la compra por unidad y los servicios de pago por visión. Sin embargo, todos estos servicios están quedando obsoletos, pues el contenido que ofrecen no siempre se puede consultar de forma instantánea y algunos usuarios consideran que es demasiado caro. Algunos servicios son más eficientes que otros, lo que ha hecho que los usuarios cambien de proveedor de servicios y ha obligado a realizar adquisiciones de empresas en este campo. No obstante, ateniéndonos a las estadísticas mundiales, es evidente que el volumen y el ritmo del intercambio de documentos están disminuyendo. La razón subyacente no está relacionada con el derecho de autor, sino con el hecho de que los usuarios estén decantándose por nuevos canales de acceso más eficientes, como los descritos anteriormente.

La ampliación de la gama de servicios, redes y ofertas disponibles en la esfera de las publicaciones científicas, técnicas y médicas es posible gracias a la concesión de licencias, que es la "salvia" del sector editorial actual. Las licencias ofrecen un mecanismo flexible y extremadamente versátil para que las editoriales puedan satisfacer las diversas demandas del mercado, adaptando sus ofertas de contenido a las necesidades específicas de los usuarios. El derecho de autor es el elemento vertebrador de estos acuerdos de licencias y, por ende, un gran facilitador (y no un obstáculo, como lo presentan algunos) a la hora de poner el contenido a disposición de un gran número de usuarios.

Actualmente el reto en relación con la edición no es tanto la disponibilidad del contenido sino más bien la posibilidad de localizarlo y distribuirlo. Y este reto se puede superar por medio de la formación y la tecnología.





34, chemin des Colombettes  
P.O. Box 18  
CH-1211 Ginebra 20  
Suiza

Tel: +41 22 338 91 11  
Fax: +41 22 733 54 28

Para los datos de contacto de las oficinas  
de la OMPI en el exterior, visite:  
[www.wipo.int/about-wipo/es/offices/](http://www.wipo.int/about-wipo/es/offices/)

**OMPI—Revista** es una publicación bimestral gratuita de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Ginebra (Suiza). Su propósito es contribuir a que el público tenga una mayor comprensión de la propiedad intelectual y de la labor que realiza la OMPI. No se trata, sin embargo, de un documento oficial de la Organización. Las opiniones expresadas en los artículos y en las cartas que nos envían los colaboradores externos no reflejan necesariamente las de la OMPI.

Por toda observación o pregunta, diríjase a la Redacción en la dirección [WipoMagazine@wipo.int](mailto:WipoMagazine@wipo.int).

Para solicitar una versión en papel de la *Revista de la OMPI*, diríjase a [publications.mail@wipo.int](mailto:publications.mail@wipo.int).

© 2016, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Todos los derechos reservados. Los artículos de la *Revista* pueden ser reproducidos con fines docentes. Sin embargo, no se podrá reproducir parte alguna con fines comerciales sin la previa autorización por escrito de la División de Comunicaciones de la OMPI.