



**Conferencia de las
Naciones Unidas sobre
Comercio y Desarrollo**

Distr.
GENERAL

TD/401
3 de junio de 2004

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

11º período de sesiones
São Paulo, 13 a 18 de junio de 2004

**DE MENOR A MAYOR: LOS DESAFÍOS POLÍTICOS CON QUE SE
ENFRENTAN LOS PAÍSES EN DESARROLLO EN EL SECTOR
MUNDIAL DE LA PRODUCCIÓN MUSICAL***

* Este documento ha sido preparado por Roger Wallis, profesor visitante de multimedia, Real Instituto de Tecnología, KTH, Estocolmo (Suecia) y Zeljka Kosul-Wright, del Programa Especial para los Países Menos Adelantados, UNCTAD. Las opiniones en él expuestas son las de los autores y no reflejan necesariamente las de la secretaría de la UNCTAD.

ÍNDICE

	<i>Párrafos</i>	<i>Página</i>
Introducción	1 - 4	3
Las tendencias del sector mundial de la producción musical	5 - 10	4
El desafío de la mundialización.....	11 - 14	7
Evolución de las tecnologías del sector de la producción musical.....	15 - 17	9
Cambio de los canales con los consumidores.....	18 - 20	9
Fusiones, uniones e iniciativas resultantes	21 - 30	10
Nuevos participantes y creciente inestabilidad de la cadena de valor.....	31 - 36	14
Las sociedades recaudadoras como intermediarias esenciales	37	15
Normas internacionales y demandas nacionales	38 - 43	15
Iniciativa del sistema de información común de la CISAC	44 - 46	17
Reglas de juego equitativas: retos internacionales, regionales y nacionales.	47 - 48	17
La piratería en los países en desarrollo.....	49 - 51	19
Recomendaciones sobre las prácticas y políticas más idóneas.....	52	20
Riesgo compartido.....	53 - 56	20
Desarrollo institucional	57 - 58	21
Creación y apoyo de la industria local	59 - 61	22
Conclusiones	62 - 65	23

Introducción

1. Una de las características de muchos países en desarrollo es la combinación de una gestión económica poco rentable con una enorme riqueza de materias primas que son explotadas comercialmente por empresas de las economías avanzadas. Ese es el caso típico de los recursos naturales. Pero también se aplica al caso mucho menos debatido de los recursos culturales. Muchos países en desarrollo tienen un rico acervo cultural, poseen grandes talentos y, en cambio, una producción simbólica. Esos países no han podido traducir esa riqueza en una capacidad "productiva" más amplia y profunda, sino que se han quedado estancados en los niveles más bajos de las cadenas de valor añadido de un negocio mundial de muchos miles de millones de dólares.

2. En el caso particular del sector de la música, el talento y la experimentación innovadora vienen siendo desde hace tiempo una fuente de creatividad que ha influido en las actividades comerciales internacionales (Loving, 1998). Con las nuevas tecnologías de la comunicación, tanto físicas como virtuales, gracias a las cuales las culturas y las expresiones culturales pueden intercambiar influencias más estrechamente, es probable que ese potencial creativo y comercial se amplíe. En el presente trabajo se tratará de determinar tanto las oportunidades como las amenazas a que está expuesta esa expansión potencial en los países en desarrollo, así como, por consiguiente, el muy necesario crecimiento de las oportunidades de empleo y de los ingresos de exportación.

3. Concretamente, se hacen en este trabajo una cuantas preguntas y se buscan respuestas con respecto a varias cuestiones fundamentales que son de interés para los encargados de la formulación de políticas que tratan de explotar mejor su acervo cultural:

- ◆ ¿Pueden las tendencias actuales del sector mundial de la música propiciar una buena corriente de ingresos hacia las naciones pobres cuya música se explota en el ámbito mundial?
- ◆ ¿Qué flexibilidad tiene la cadena de valorización del sector de la música y en qué medida permite que las nuevas tecnologías actúen en beneficio de todas las partes creadoras?
- ◆ ¿Cuáles son los intermediarios que se necesitan para proteger los intereses mundiales de los creadores y titulares de derechos de los países menos desarrollados, y cuál es la situación actual de la reglamentación de los derechos de autor en este contexto?
- ◆ ¿Constituye la integración vertical en el sector del espectáculo una amenaza para los agentes económicamente pobres?

4. Las respuestas a esas preguntas deben buscarse principalmente en el ámbito nacional, allí donde las medidas políticas pueden tener su mayor efecto, pero también son importantes los factores internacionales. De hecho, desde sus comienzos, el sector de la música viene siendo moldeado muy fuertemente por la interdependencia de los factores económicos internos e internacionales. Los regímenes y las instituciones que regulan los derechos de autor constituyen una interfaz particularmente importante para el fomento de un sector viable de la música. Una conclusión clara es que el sistema de derechos de autor, pese a sus defectos, constituye la

mejor manera de progresar en la protección de los intereses de los creadores de los países en desarrollo. El sistema debe desarrollarse en el ámbito local; de no ser así, existe un riesgo verdadero de que lo acaparen los industriales que intervienen en el ámbito mundial y en cuyo orden de prioridad no figura la optimización de los ingresos de los países pobres. Sin embargo, para minimizar ese riesgo será necesario el apoyo concertado de las organizaciones internacionales especializadas, así como de las autoridades nacionales, regionales y (en su caso) mundiales encargadas de la política antimonopolística.

Las tendencias del sector mundial de la producción musical

5. El sector de la producción musical es el más típico de los ejemplos de la regulación de los derechos de autor, organizado en torno a unos bienes altamente especializados, ciclos de producción cortos y mercados impredecibles. Muchas de las características del sector obedecen a la fuerte dimensión pública de unas actividades basadas en procesos intelectuales, lo cual hace que la libre acción de las fuerzas del mercado sea una solución organizativa menos que óptima en lo que respecta a la oferta y la entrega del producto (Dayton-Johnson, 2000). La forma que reviste en la actualidad procede del divorcio, a últimos del siglo XIX, entre la idea creadora y su incorporación en un bien reproducible, cuya fabricación puede convertirse en el foco de una actividad organizativa y tecnológica innovadora. Esas características han hecho que la creación, la percepción y la protección de los réditos económicos revistan una importancia decisiva para entender la evolución de las estructuras y estrategias en el sector de la música (Andersen y otros, 2000).

6. Los fracasos del mercado y de las rentas económicas han dado lugar a una tendencia a una estructura polarizada del sector, con un reducido número de grandes empresas que intervienen en la organización de segmentos fundamentales de la cadena de valor y muchas empresas pequeñas concentradas en actividades muy especializadas. Las grandes empresas han funcionado con una combinación de bienes intangibles y de bienes tangibles, y las innovaciones tecnológicas de estos últimos suelen proporcionar oportunidades de realizar grandes beneficios y constituir para el innovador ventajas considerables que confieren a las empresas una sorprendente longevidad. Por ejemplo, entre las cinco empresas internacionales (AOL-Time Warner, Vivendi Universal, Sony, EMI y BMG - "las Grandes") que en la actualidad controlan el 80% de las ventas de productos musicales, Sony es la única que se estableció después de la segunda guerra mundial, mientras que BMG y EMI pueden rastrear sus orígenes hasta el siglo XIX. Es más, todas tienen un historial de pioneros tecnológicos en la producción (Negus, 1999, págs. 37 a 45). La presencia de un grupo, a un nivel menor, de empresas más pequeñas que prestan servicios sumamente especializados a los grandes líderes del mercado se ha estructurado a menudo en torno a fuertes vínculos locales, con el resultado de que las economías de concentración afines a los complejos industriales se convierten en una característica del sector de la producción musical (Anderson y otros, 2000).

7. El proceso tradicional de generación de ingresos en el sector musical empieza con la creación de una composición musical intangible y termina con un producto final tangible que incorpora esa composición y la lleva hasta el consumidor. La cadena de valor del sector musical está formada por una serie de vínculos entre el creador y el usuario del producto musical (figura 1). Cada actividad de la cadena añade valor al producto final, pero esto puede no coincidir con la rentabilidad de la actividad que, además, depende de la capacidad de

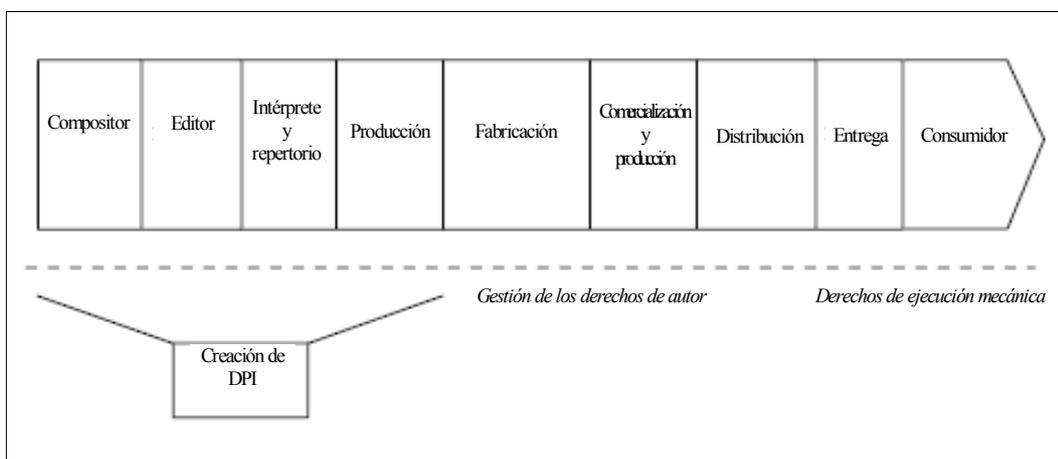
negociación con respecto a las transacciones con las empresas que suministran la materia prima y con las empresas que sigan elaborando el producto (Mol y Wijnberg, 2000).

8. Tradicionalmente, el compositor crea una obra musical y se dirige a un editor de partituras (o al departamento de intérpretes y repertorio de una empresa de discos). Se firma un contrato por el cual se confiere a un editor el derecho de explotar la obra. En un principio, el editor formaba parte del proceso de producción, ya que invertía fondos y distribuía la partitura. Se consideraba razonable una participación del 50% del editor y del compositor porque aquél tenía que hacer ciertas inversiones para producir las partituras. El editor también podía encargarse de encontrar intérpretes y empresas de discos que estuviesen dispuestas a grabar y distribuir las obras del compositor. Una vez determinada la combinación de obras e intérpretes, la empresa de discos procedía a realizar la grabación, fabricar los fonogramas, promover el producto y distribuir la grabación final.

Figura 1

**La cadena de valor del sector de la producción musical,
 del compositor al consumidor**

Los derechos de propiedad intelectual nacen cuando el compositor crea una obra y los intérpretes la graban. Estas grabaciones generan corrientes de ingresos cuando las grabaciones se venden o se ejecutan en público (por ejemplo, cuando se difunden por radio o televisión).



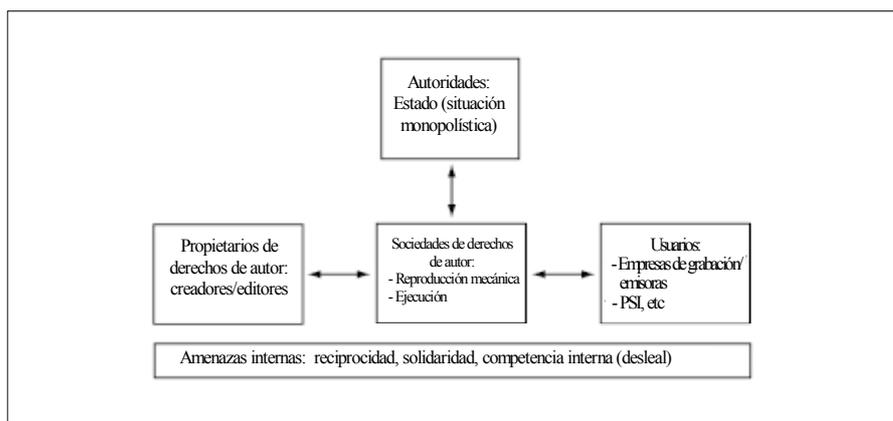
9. El problema fundamental consiste en llegar al auditorio más amplio posible en el mayor número posible de modalidades (representación, partituras musicales, grabaciones sonoras, etc.), y por ello la comercialización de la obra musical se convierte en un componente indispensable de la cadena. Ahora bien, la unidad de la cadena de valor depende en grado importantísimo de la posibilidad de explotar los derechos de autor de la idea musical. A diferencia de otros derechos de propiedad intelectual, el derecho de autor sólo protege la expresión de la idea en una forma fija y no es expedido, sino que simplemente es afirmado por el creador. Es más, el creador de una idea musical tiene desde un principio gran interés en maximizar el ámbito del mercado.

Aunque el autor tiene derechos de propiedad originales, el proceso de registro de los derechos de autor lo coloca en un ámbito público en que esos derechos pueden adquirir una forma de propiedad conjunta más compleja en la que intervienen el autor, el editor, la empresa de grabación y otras entidades que participan en la comercialización del producto musical. Los diversos derechos forman la base de diferentes formas de ingresos. Los derechos de reproducción mecánica se refieren a los dineros pagados a los compositores y editores cuando las obras musicales se reproducen en soportes físicos tales como el disco compacto. Los derechos de ejecución proporcionan ingresos a los compositores editores y, en la mayoría de los territorios, a los ejecutantes y productores, cuando las grabaciones se ejecutan en público (véanse las figuras 2 y 3)¹.

Figura 2

Exigencias a que se exponen las sociedades de derechos de autor

Las sociedades de derechos de autor están expuestas a varias presiones: de las autoridades (nacionales e internacionales) en materia de competencia, de usuarios poderosos y de propietarios de derechos de autor con grandes influencias. Entre los usuarios pueden figurar los agentes tradicionales tales como las emisoras de radio y televisión o agentes nuevos, por ejemplo los proveedores de servicios de Internet (PSI).



10. Desde esta perspectiva, la regulación de los derechos de autor aporta incentivos a la creatividad; en ésta se puede organizar la cadena sobre una base industrial y, al mismo tiempo, permitir la experimentación y el intercambio de ideas, lo que resulta esencial para un escenario musical creativo. Sin embargo, el derecho de autor dista mucho de crear un entorno seguro y las empresas tienen que idear unas estrategias de inversión que permitan hacer frente a una gran incertidumbre. La elección de los artistas y ejecutantes y su representación ya introducen inmediatamente una fuente de incertidumbre. Ahora bien, los mercados de los bienes producidos

¹ Los Estados Unidos constituyen una notable excepción en lo que respecta a esto último, aunque la situación puede cambiar con la promulgación de la nueva Ley de gestión digital de los derechos de autor.

por el talento musical no es que "estén simplemente ahí", como suele decirse, sino que deben crearse y mantenerse, lo cual requiere nuevas inversiones con un rendimiento incierto. Por último, las innovaciones tecnológicas vienen produciendo sacudidas y réditos potenciales desde que el sector acabó con las limitaciones de espacio y tiempo que van asociadas a los productos basados en la ejecución (Gronow y Saunio, 1997).

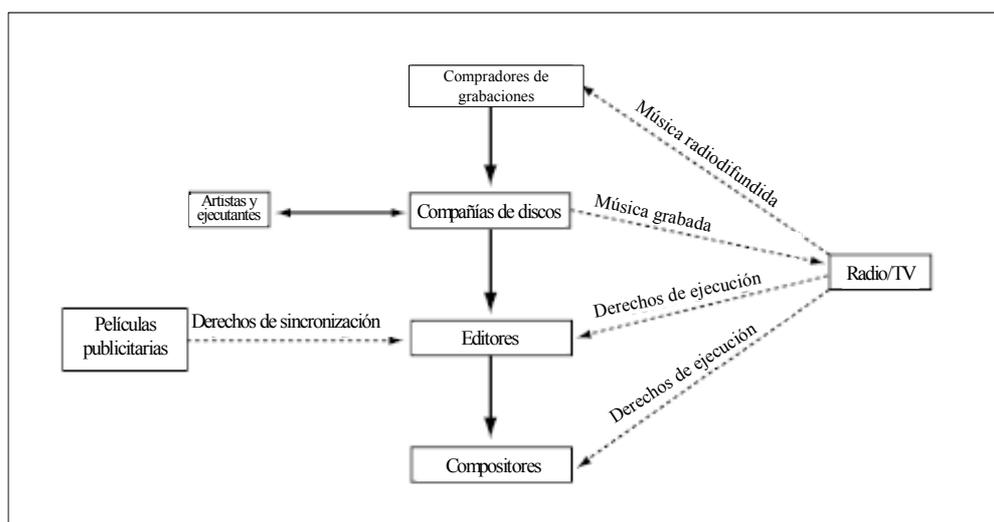
El desafío de la mundialización

11. Los cambios actuales en el sector de la producción musical son -como en todos los sectores de los medios de comunicación social- resultado de una mezcla de factores económicos, políticos y culturales, y entre los culturales figuran también aspectos tanto sociales como jurídicos. Esta combinación particular ha sufrido la influencia poderosa de un proceso de convergencia tecnológica que se extiende en un conjunto más amplio de sectores de lo audiovisual y de las comunicaciones. Se ha advertido una tendencia a concentrar la atención en la tecnología como principal fuerza impulsora, pero en muchos aspectos los cambios de política son aun más importantes.

Figura 3

Orígenes y corrientes de diversos tipos de rentas de derechos de propiedad intelectual

El sector de la grabación musical proporciona música grabada a los difusores. Éstos pagan por el derecho a difundir música (derecho de ejecución). Las compañías de discos pagan derechos de reproducción mecánica por el derecho a reproducir las obras musicales. Los derechos de sincronización nacen en los casos en que la música se sincroniza con imágenes (por ejemplo, en las películas o la publicidad por televisión).



12. Además, dada la tendencia a la mundialización de las empresas, es importante describir el papel particularmente dominante de la financiación tanto en lo que respecta a modelar el contexto económico internacional más amplio (UNCTAD, 1997), como las estrategias que las sociedades aplican para conseguir y conservar sus utilidades (Grahl, 2001). Esta evolución ha tendido a romper con las estrategias empresariales más vinculadas con las condiciones nacionales concretas de la sede de la sociedad y ha impuesto en el sector un patrón de estructura y una conducta más uniformes, en que las fusiones y adquisiciones de empresas y el acceso a la liquidez han adquirido una importancia creciente a la hora de determinar la estrategia de la empresa.

13. Estos acontecimientos que se están produciendo son importantes en el contexto de la evolución de las formas en que se distribuyen la música y la cultura. Una de las tendencias más importantes se refiere a la estructura de las rentas de los derechos de propiedad intelectual. Los DPI, en este contexto, se refieren a los derechos de los creadores o de sus representantes a controlar y exigir una remuneración por la explotación de sus creaciones, así como a la ampliación de esa protección para que abarque a los ejecutantes y productores en los países que han firmado la Convención de Roma de 1961 sobre los "derechos conexos" (Malm y Wallis, 1992). La evolución reciente en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), así como en la Unión Europea (UE), ha impulsado aún más este proceso, principalmente gracias a las ventajas que ha reportado un control más estricto de la propiedad intelectual, en particular la prórroga del plazo de la protección del derecho de propiedad internacional hasta un mínimo de 70 años después de la muerte del autor en la Unión Europea y de 75 años en los Estados Unidos. Estas novedades jurídicas han hecho que esos derechos sean aun más atractivos como inversiones a largo plazo².

14. No sólo se observa un crecimiento general de la corriente de ingresos de los derechos de propiedad intelectual, sino que también se advierte un cambio en esos ingresos, que de la distribución física de soportes tangibles, como la venta de discos compactos y cintas, han pasado a los ingresos de los derechos de concesión de licencias por el uso de obras musicales en los medios de comunicación. Los principales factores de estas tendencias están en el crecimiento de la música transmitida por televisión, la proliferación de las emisoras de radio privadas y la utilización de la música en la publicidad y los videojuegos. Así, pues, los agentes que intervienen en el escenario mundial de los medios de comunicación tienen unas fuentes de ingresos que dependen cada vez más de derechos incorporeales. Las cifras recientes de EMI muestran que en las actividades de publicación, es decir las actividades que generan ingresos a través de la explotación o el comercio de los derechos de propiedad intelectual atribuidos a EMI por los compositores, representan el 17% del volumen de operaciones de grupo EMI, pero no menos del 47% de los ingresos netos en el año 2000 (*Music & Copyright*, 2002).

² En el derecho de los Estados Unidos esa prórroga también se combinó con una liberalización de las exigencias impuestas a los usuarios de música: se eximió a ciertas categorías de restaurantes y bares del pago por la utilización de música en sus locales. Esta extensión, a su vez, dio lugar a una diferencia entre la UE y los Estados Unidos y, posteriormente, fue declarada inaceptable por la Organización Mundial del Comercio. En la actualidad, los Estados Unidos pagan una multa anual (la exención todavía no se ha derogado (2004)).

Evolución de las tecnologías del sector de la producción musical

15. La liberalización mencionada anteriormente ha propiciado cambios en la tecnología y ha sido propiciada por esos cambios. La tecnología en que se basa el sector musical es cada vez más asequible en el ámbito mundial. Las cifras del decenio de 1980 muestran que las tecnologías de grabación en casetes de pistas múltiples se están extendiendo a un ritmo rapidísimo a casi todos los países (Wallis y Malm, 1984). Al propio tiempo, la estructura económica del sector musical ha cobrado un carácter mucho más universal a medida que se han multiplicado las concentraciones de empresas a través de varias formas de fusiones. Aun así, el verdadero negocio de la producción musical, en su mayor parte, se inicia en el ámbito local, donde la creatividad florece en una miríada de formas diferentes.

16. En general, la introducción de una tecnología nueva que sea ampliamente asequible (en particular en los países de bajos ingresos), junto al crecimiento de un gran oligopolio de ámbito mundial, hace que se reduzca la diferencia de oportunidades de los agentes más modestos tanto en los países ricos como en los pobres. Ello se debe a que la conversión numérica está en un proceso de infiltración de todo el sector, desde la fase de producción, pasando por la fabricación, hasta las formas físicas y no físicas de redes de distribución (Wallis y otros, 1998; Kretschmer y otros, 1999).

17. Las redes y los programas asociados, que permiten al creador, en teoría, llegar a un auditorio de alcance mundial, se están convirtiendo en unos medios cada vez más complicados y modernos, así como fáciles de utilizar. Las técnicas de acceso compartido a ficheros entre iguales, tales como las que se utilizaron en el difunto Napster o, más recientemente, en Kazaa, permiten a los consumidores interesados intercambiar muestras de música sin limitación. Algún que otro dato parece indicar que varios grupos musicales de África han creado sus propias "comunidades de interés" en Finlandia, gracias a personas que los han descubierto después de que alguien haya distribuido grabaciones a través de las redes P2P. En cierta medida, el proceso de creación de grupos de admiradores (subculturas) en el mundo físico puede reproducirse en el entorno virtual. Sin embargo, las mismas tecnologías pueden permitir a los consumidores eludir las limitaciones relativas a los pagos de derechos de propiedad intelectual, que constituyen la base de los tradicionales intentos del sector por bloquear esas tecnologías (o controlarlas comprándolas).

Cambio de los canales con los consumidores

18. Al mismo tiempo que esas tendencias de la producción, ha ocurrido un cambio espectacular en los canales que llevan la música a los consumidores. En el decenio de 1980, muchos gobiernos occidentales trataron de desreglamentar los medios de comunicación, lo que se tradujo en una proliferación de nuevos canales de radio y de televisión locales, incluida la radiodifusión por cable y por satélite. Una tendencia similar pudo observarse en el decenio de 1990 en una serie de países en desarrollo, y la Internet ha venido a añadir un nuevo medio de distribución al mundo en desarrollo.

19. La Internet, por su naturaleza misma, se encuentra en gran parte no sometida a reglamentación. Ello plantea una serie de cuestiones, en su mayoría sin resolver, sobre las responsabilidades en el "ciberespacio", entre ellas problemas de intimidad, seguridad y derechos de autor. El fácil acceso a los lugares en que se almacena la música y se pone a disposición del

público en un formato de datos establecido y conveniente (por ejemplo, archivos MP3) ha planteado problemas importantes a los que controlan las grandes inversiones iniciales en artistas. Las aplicaciones para compartir archivos han sido acogidas con entusiasmo por los consumidores, pero los principales actores de la industria musical las han impugnado ante los tribunales. Muchos de esos litigios, sin embargo, se han resuelto ya judicialmente (por ejemplo, los suscitados entre las principales empresas discográficas y MP3.com) o por medio de acuerdos de colaboración que tratan de "legalizar" las nuevas aplicaciones (por ejemplo, el concertado entre Bertelsmann, empresa matriz de BMG Records, y Napster)³.

20. El "pánico moral" de la industria establecida con respecto a las actividades de los consumidores ricos del ámbito de la Internet ha hecho pasar de las soluciones legalistas a otras más pragmáticas. Esa evolución, naturalmente, tiene importancia considerable para las oportunidades de los creadores de música de los países en desarrollo de utilizar nuevos canales digitales a fin de llegar a un público potencialmente mundial. Dos iniciativas de distribución digital iniciadas en 2001 por las empresas importantes (es decir, las sociedades musicales más destacadas) MusicNet y Pressplay podrían haber hecho que el 80% de la música grabada comercialmente disponible en el mundo tuviera un duopolio de distribución. Pressplay ofrecería música controlada por Vivendi Universal y Sony (en colaboración con Microsoft). MusicNet tenía acceso a obras propiedad de otros tres consorcios multinacionales (EMI, Time Warner y BMG). Ambos se basaban en modelos de suscripción, en virtud de los cuales los consumidores pagan una suma mensual fija que les permite descargar un número también fijo de obras musicales grabadas. Si la suscripción caduca, el cliente pierde el acceso a todo el material anteriormente descargado. Sin embargo, las incertidumbres sobre la viabilidad comercial de ambos servicios retrasó las fechas de iniciación reales⁴. Cuando finalmente comenzaron, resultó que los servicios no eran atractivos para los consumidores. La tecnología de Pressplay se vendió a Roxio (que era la marca de Napster) y la combinación volvió a lanzarse en los Estados Unidos, a finales de 2003, como servicio legal de descarga de archivos.

Fusiones, uniones e iniciativas resultantes

21. Aunque las grandes sociedades musicales han luchado por una mayor liberalización y desreglamentación, como medio de ampliar los mercados a fin de obtener mayores ingresos, también han tenido que responder a las nuevas presiones competitivas que ello ha provocado. En particular, el aumento de su deuda relacionado con la expansión ha hecho a las empresas más

³ Bertelsmann compró Napster en 2002 y la vendió luego a Roxio, un fabricante de programas informáticos para copiar CD. Roxio está volviendo a lanzar Napster como servicio legal de descarga de archivos, pero sin características P2P. Vivendi Universal controla totalmente MPT3.com. Sin embargo, la viabilidad a largo plazo de esas actividades sigue siendo dudosa.

⁴ Dista mucho de ser claro si los consumidores, incluso de mercados industriales adelantados, están dispuestos a pagar 10 dólares de los EE.UU. por esos servicios y condiciones. Sin embargo, tanto los congresistas como organizaciones que representan a los pequeños productores de música de los Estados Unidos han expresado ya serias preocupaciones por el riesgo de dominio colectivo que entrañan las iniciativas de Pressplay y MusicNet (*Financial Times*, Londres, 4 de diciembre de 2001, "Record labels launch online music ventures", Music Business International, "Opening Shots", octubre de 2001).

vulnerables a cualquier caída de las ventas u otras conmociones, haciendo surgir también una búsqueda más intensa de otras corrientes de ingresos alternativas procedentes de un nivel más bajo de la cadena de valor.

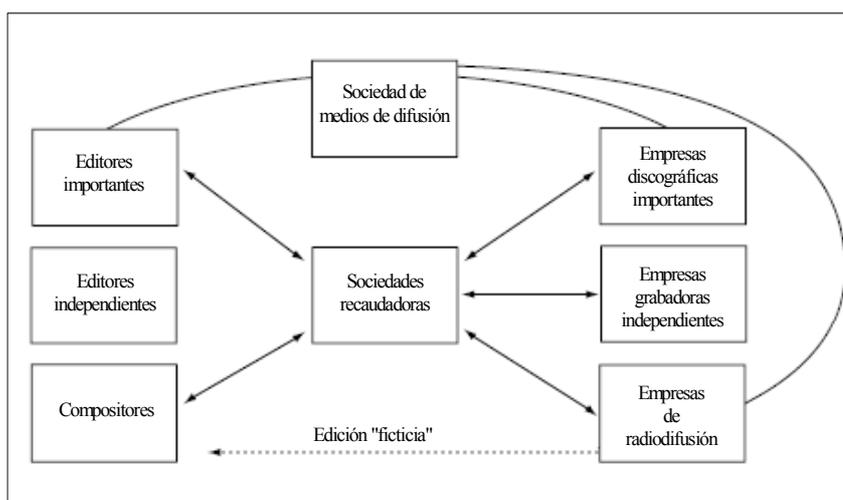
22. A este respecto, la convergencia geográfica y tecnológica, que abre nuevas oportunidades de combinar la música con otros productos de los medios de comunicación, ha recibido una atención considerable. Lo que es más importante, la "integración vertical" (figura 5) ha sido una tendencia muy visible de la industria de la música internacional en los últimos decenios. Se han utilizado estratégicamente las fusiones y adquisiciones para aumentar el control de fases esenciales del proceso de producción y distribución. En los años ochenta, la atención se centró en las actividades de distribución, primero cuando se quitó a las marcas independientes el control del repertorio de los artistas y luego cuando la atención se dirigió a la gestión del mercado mediante el control de los puntos de venta al detalle, incluso mediante la expansión de los géneros relacionados con la música (por ejemplo, camisetas y pósteres), con un margen de venta al pormenor más alto. Otro cambio se produjo a finales del decenio de 1980 en las actividades de edición. Incluyó la unión de organizaciones que producían música grabada (empresas discográficas o de "fonogramas") y organizaciones propietarias de los derechos de autor de la música grabada (editores de música). Ese proceso no sólo alteró la configuración del comercio de la música tradicional sino también la dinámica del crecimiento y la evolución de la industria, permitiendo así a las empresas importantes ejercer un grado mayor de dominio colectivo del mercado.

Figura 5

La integración vertical que entraña el dominio de las grandes sociedades de medios de comunicación introduce inestabilidad

Al controlar las grandes sociedades de medios de comunicación a las empresas discográficas, los editores e incluso las empresas de radiodifusión, la fuerza y la independencia de las sociedades recaudadoras se ven gravemente disminuidas.

Las empresas de radiodifusión pueden crear incluso editores "ficticios", con la única finalidad de recuperar los derechos de autor por medio de la publicación de obras compuestas específicamente para la radio o la televisión.



23. Unas cuantas sociedades multinacionales de medios de difusión son ahora "propietarias" de la mayoría de las grandes estrellas, así como de un repertorio muy amplio de derechos de autor musicales. Juntas, Sony (Japón), Vivendi Universal (Francia), AOL Time Warner (Estados Unidos), EMI-Virgin (Reino Unido) y BMG (Alemania) representan habitualmente del 70 al 80% de las ventas mundiales de música y de los ingresos por concepto de edición⁵

24. La avalancha de fusiones de la industria musical y del espectáculo que se ha producido en los últimos decenios refleja el deseo de realizar economías de escala y de alcance (vendiendo éxitos mundiales en un mercado mundial). Refleja también el deseo de disminuir la incertidumbre en un mercado que es intrínsecamente arriesgado, así como el de obtener y conservar réditos mediante el aumento del control de la producción y la distribución (Andersen y otros, 2000)⁶. La creciente "financiarización" de la estrategia de las sociedades ha hecho que las fusiones fueran seguidas de una racionalización considerable y una limitación de la variedad de productos a las grandes estrellas internacionalmente viables.

25. Una consecuencia inevitable es que los grandes actores dan prioridad a la protección de las inversiones iniciales importantes, tratando de controlar el mercado mediante las ventajas del tamaño. Resulta fácil comprender la fuerza de esos incentivos para las grandes estrellas. La vinculación entre la propiedad de los derechos y su explotación -objetivo natural de un consorcio integrado verticalmente- puede tener efectos perjudiciales en las condiciones económicas de la mayoría de los autores. Esto afecta especialmente a los que confían en las nuevas sociedades recaudadoras que no representan a partes importantes del repertorio (y por consiguiente no disfrutaban internacionalmente de una posición de autoridad). Resulta incluso discutible si esa "amalgama" de los derechos de autor y de intérprete con los derechos de explotación (producción y distribución) es buena para la competencia e incluso para el crecimiento a largo plazo de la industria. El dominio de la integración vertical/colectiva puede limitar gravemente el acceso de los creadores a los diferentes canales hacia un público potencial, que es probablemente el requisito más importante para una sana creatividad en el mercado de la cultura. De ello se sigue que los pequeños actores podrían sentirse menos libres para actuar en el lugar del mercado si sus intereses no estuvieran firmemente apoyados por una reglamentación antimonopolio, por intermediarios independientes imparciales entre los productores/creadores y los consumidores, o de ambas formas⁷.

26. Los nuevos participantes, incluidos los de países en desarrollo emergentes, deben enfrentarse con esos desafíos de la industria, y en particular con el dominio de las empresas importantes en lo que se refiere a la distribución y promoción internacionales. Por ello, es

⁵ Las cifras de ventas de productos musicales físicos en el primer semestre de 2001 correspondientes a dos mercados (Australia y Reino Unido) indican que las cinco empresas principales controlan el 74% del mercado de Australia y más del 90% del mercado del Reino Unido (*Fuente:* Music Business International, octubre de 2001).

⁶ La industria musical presenta interés especial para los consorcios basados en los medios de difusión, ya que la capacidad de proporcionar información se desplaza a través de las redes digitales por su posición fundamental en el complejo de productos mediáticos interrelacionados.

⁷ Walli, 1990; Malm & Wallis 1992; Choi & Hilton 1995, Burnett 1996 y Negus 1999.

esencial para los artistas, empresarios, instituciones musicales e incluso gobiernos de los países en desarrollo establecer y vigilar unas relaciones justas con la industria de la música internacional. Al mismo tiempo, esas mismas tendencias han permitido que se asumieran muchos riesgos creativos, en contraposición a los financieros, en la plétora de pequeñas empresas ("independientes"), que representan una multitud de culturas y subculturas, en donde surgen nuevas ideas de la experimentación. En ese aspecto es en el que muchos países más pequeños y más pobres tienen una ventaja potencial.

27. Algunos editores se han desplazado gradualmente a las esferas tradicionales de las actividades de las empresas discográficas, especialmente las de A&R, que consisten en armonizar el repertorio con la elección de artistas. Al construir sus propios estudios y contratar a compositores y cantantes para que compongan y hagan grabaciones de demostración musical (que pueden ser editadas y distribuidas entonces, o no, por una empresa discográfica) se han desplazado hacia arriba en la cadena de valor hacia el consumidor. El hecho de que esa fuente potencial de conflicto no se haya manifestado abiertamente puede atribuirse a las muchas fusiones que han integrado la propiedad de empresas tanto editoras como grabadoras.

28. En cambio, el tamaño da a los grandes editores un enorme peso en el mundo de los derechos de autor. Ese proceso no es tan evidente en los países de exportación musical madura, como el Reino Unido o los Estados Unidos. En estos países, los creadores y sus abogados han podido aumentar su capacidad de negociación o conservar el control creando sus propias empresas editoras (para sus obras). Esa sagacidad jurídica y empresarial falta con frecuencia en muchos países más pobres. En muchos países en desarrollo, el contrato de "edición" es del tipo denominado "ingresos 50/50", lo que significa esencialmente que cada vez que los fondos pasan de un editor a otro en una cadena que se remonta hasta el compositor, se deduce el 50% más unos honorarios de administración. El resultado es que un compositor registrado, por ejemplo en Kenya, que tiene un éxito de ventas en los Estados Unidos, puede acabar recibiendo menos del 20% de algunos ingresos por concepto de derechos de autor recaudados en los Estados Unidos. Si se añaden las condiciones de un contrato de "vida de derechos de autor" (la vida del compositor más 75 años en los Estados Unidos y 70 en Europa), resulta claro por qué la edición se ha convertido en una de las actividades más lucrativas de la industria de la música internacional.

29. No puede desconocerse el hecho de que las empresas importantes desempeñan un papel esencial en todos los aspectos del comercio internacional de productos y artistas musicales. Las filiales de las mayores editoras de Suecia, por ejemplo, han establecido los contactos necesarios para ofrecer las composiciones suecas a los artistas norteamericanos más destacados⁸. El pequeño estudio hace negocio con la grabación, el editor multinacional obtiene una parte de los derechos de autor y las grabaciones se fabrican y distribuyen por una combinación de empresas importantes e independientes.

30. Diferencias significativas siguen caracterizando la cadena de valor de la industria en los países desarrollados y en desarrollo. En particular, en muchos países en desarrollo las grandes

⁸ El éxito de esta forma de comercio ha sido tan notable que estrellas mundiales famosas (por ejemplo Britney Spears) van a grabar a Suecia en estudios que son propiedad de pequeños grupos de compositores y técnicos locales.

empresas con relaciones sistémicas en toda la cadena de valor son débiles o faltan por completo. En cierto sentido, esas diferencias son prolongación de una historia más larga de la industria, inextricablemente unida a la relación dinámica entre los grandes y los pequeños actores. El pequeño grupo de consorcios multinacionales que controla casi el 80 o el 90% del negocio de la música mundial se encuentra en los países adelantados, mientras que el mundo en desarrollo alberga una multitud de empresas más pequeñas que actúan como incubadoras de talentos en todo el mundo (Andersen y otros, 2000).

Nuevos participantes y creciente inestabilidad de la cadena de valor

31. Las observaciones anteriores indican que se está produciendo una reestructuración radical de la industria de la música a pesar del creciente dominio de las grandes sociedades. Sin embargo, el panorama es complejo. Muchas empresas se endeudaron considerablemente durante las oleadas de fusiones de los decenios de 1980 y 1990, y la consiguiente explosión de la burbuja del mercado ha causado problemas potenciales que seguramente desencadenarán otra ronda de fusiones defensivas, como el intento actual de fusionar las divisiones de grabación de Sony y BMG (2004).

32. En cambio, se hacen visibles nuevas oportunidades que deberían animar a los pequeños actores. Los cantores y compositores y sus productores de los estudios deberían poder eludir la industria establecida y encontrar su propio público en cualquier parte del mundo por medio de la Internet (siempre que puedan darse a conocer y hacerse oír en medio del tumulto de ese canal de distribución). De hecho, algunas organizaciones de investigación de mercados han predicho el colapso del control oligopolístico de la producción y distribución musicales (Jupiter Communications, 1998).

33. Lo que ha ocurrido realmente hasta la fecha difícilmente apoya esas previsiones. En un principio, las cinco sociedades musicales más destacadas fueron muy lentas en adoptar la Internet como canal de distribución. Mientras decidían con mucha lentitud cómo adoptar ese ambiente en línea, otras empresas lo estaban haciendo de formas muy distintas. MP3.com y otras compañías conexas se limitaron a poner la música a disposición del público de una forma claramente incompatible con la legislación de propiedad intelectual. Napster continuó con lo que resultó ser una "aplicación asesina": una aplicación notablemente sencilla que permitía a los usuarios compartir el acceso a la música almacenada en sus propios discos duros.

34. La llamada Secure Digital Musical Initiative (SDMI) fue el intento de la industria de la música de lograr un ambiente digital seguro para la distribución musical que recibió más publicidad. La SDMI no llegó a cuajar, probablemente por la amplia variedad de programas personales que caracterizaba a los miembros del consorcio. Un desafío a los piratas informáticos a finales de 2000 hizo que por investigadores de la Universidad de Princeton en los Estados Unidos descifrarán las claves en unas horas⁹.

⁹ En la actualidad, las empresas importantes están tratando de desarrollar nueva tecnología que impida a los consumidores copiar los CD e incluso "tostar" sus propios CD a partir de archivos descargados digitalmente. Los datos históricos no indican que serán capaces de encontrar una solución tecnológica perfecta para ninguno de los problemas comerciales creados por la nueva

35. Las ventas en línea han despegado ahora de una forma espectacular. El porcentaje en línea del mercado de soportes sonoros de música en los Estados Unidos, en el año 2000, fue del 3,2%; es decir, más de un 0,8% en relación con 1999. Al informar sobre esas cifras procedentes de la Record Industry Association of America (RIAA), el boletín *Music & Copyright*, publicado en Londres, señaló que esas cifras "apoyan la opinión de que las demoras de las principales compañías internacionales de grabación al elaborar sus estrategias en línea han retrasado la expansión del mercado en línea de los Estados Unidos" (*Music & Copyright*, 2003). La entrada de las computadoras Apple en ese mercado con iTunes, a la que se ha dado mucha publicidad, debe considerarse también en un contexto mundial. Todavía se venden anualmente 1.000 millones de CD en el mundo. Ello corresponde a unos 10.000 millones de pistas grabadas (alrededor de 3.000 millones en los Estados Unidos). La venta en línea por Apple de 100 millones de pistas descargadas a razón de 99 centavos cada una en el primer año debe evaluarse desde esa perspectiva de volumen. Lo interesante es el papel que desempeña Apple en la cadena de valor, sustituyendo al vendedor tradicional al detalle.

36. En el caso de las empresas de grabación independientes más pequeñas (las llamadas "indies"), que han probado con entusiasmo la nueva tecnología, puede observarse un segundo tipo de reacción. Esas empresas consideraron la Internet como una oportunidad para los creadores de música de descubrir la distancia más corta hacia un público potencial en cualquier parte del mundo. Trabajando a menudo con artistas menos conocidos o con géneros musicales menos populares, las empresas consideraron esas oportunidades de eludir la industria tradicional como especialmente atractivas. Sin embargo, también en este caso el éxito fue limitado. Los consumidores demostraron estar poco dispuestos a pagar por descargar digitalmente música grabada. Su inclinación a pagar disminuyó todavía más por la aparición de empresas como MP3.com y de aplicaciones para compartir archivos como Napster, que ponían a su disposición "gratuitamente" música grabada¹⁰.

Las sociedades recaudadoras como intermediarias esenciales

37. El derecho de autor ha surgido como manera de organizar los intereses colectivos de una actividad económica potencialmente fragmentada e inestable. No obstante, la aplicación del sistema de derechos de autor entre los usuarios de la música y los titulares de este derecho no es en absoluto automática sino que implica una vigilancia y un mecanismo administrativo que pueden ser complejos, teniendo en cuenta la dimensión internacional de esta rama de producción.

Normas internacionales y demandas nacionales

38. La libertad de creación requiere un entorno que permita la creatividad, en la que el autor considere que los que representan o cuidan sus intereses lo hacen de manera eficiente y equitativa, y no le estafan. Teniendo en cuenta el producto y la importancia de obtener y combinar ideas para una escena musical creativa, los derechos de autor musicales protegen de

tecnología. De hecho, más recientemente, esas empresas han iniciado una acción jurídica agresiva y en parte con éxito contra los usuarios ilegales de archivos de música descargados.

¹⁰ Hay pruebas de que la disponibilidad creciente de música en forma virtual de archivos MP3 conduce al aumento del consumo de productos físicos como los discos compactos.

manera imperfecta esta actividad económica. Además, aunque este régimen puede apuntalar esa actividad económica, el pago de los usuarios de la música a sus propietarios no es en absoluto automático sino que debe ser vigilado y administrado mediante una estructura institucional adecuada. Esta es fundamentalmente la función de las sociedades recaudadoras (Andersen y otros, 2000).

39. El modelo de sociedad recaudadora puede verse en la figura 2. Estas sociedades funcionan como intermediarias ostensiblemente independientes entre los titulares de los derechos (editores y autores) y los usuarios (explotadores de la música). Teniendo en cuenta que a menudo funcionan como monopolios de hecho, han sido objeto de una vigilancia creciente por parte de órganos oficiales como los órganos normativos internacionales y las autoridades encargadas de la competencia. Los usuarios se quejan con frecuencia de que las sociedades utilizan su situación de monopolio para cobrar cantidades excesivamente elevadas. En Europa, la Comisión Europea, ha alentado cierto grado de competencia entre las sociedades, y probablemente considere que el poder de determinados usuarios es una garantía frente a los abusos de las sociedades.

40. El historial de las sociedades recaudadoras que representan a los autores en las naciones más pobres es muy fragmentario y no siempre digno de elogio. En muchas ex colonias británicas, la sociedad de derechos de interpretación del Reino Unido estableció el embrión de las sociedades locales con la finalidad primordial de recaudar dinero por las obras británicas y no para establecer un mercado local o internacional para las creaciones nacionales de la nueva nación independiente. Además, a medida que han crecido esas sociedades nacientes, muchas de ellas se han visto asoladas por denuncias de incompetencia o incluso de corrupción.

41. El marco mundial de normas para las sociedades recaudadoras (incorporadas en la carta de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores, CISAC) autoriza a los organismos de derechos de autor a retener el 10% de las cantidades ingresadas para utilizarlas "con fines sociales y culturales". Esto permite que la sociedad pueda apoyar la música local, y en general vincular la cuestión de la creatividad a la protección de los derechos de propiedad intelectual.

42. Las demandas a favor de unas sociedades recaudadoras de los derechos de autor poderosas e independientes son claras pero exigentes. Un intermediario que determine la utilización de las obras musicales y recaude y distribuya ingresos tiene que contar con bases de datos correctas, actualizadas y eficientes sobre los autores y sus obras, con un sistema eficaz de procesamiento de las transacciones, sistemas amplios de negociación y recaudación en su propia zona geográfica de operaciones y sistemas eficaces de distribución local, así como con acuerdos recíprocos justos y funcionales con las sociedades hermanas de otros países.

43. El principal reto se refiere a la calidad de los datos que se comunican a las sociedades recaudadoras. Otro reto se refiere a la vinculación de las diferentes bases de datos de manera que cada sociedad no se vea obligada a registrar todos los datos sino que pueda consultar otras bases por medio de los instrumentos de búsqueda adecuados. Esto sólo funciona actualmente en la región de los países nórdicos, donde las sociedades de derechos de interpretación musical de Suecia, Finlandia, Dinamarca, Noruega e Islandia han vinculado sus respectivas fuentes de datos sobre las obras y los autores de música por medio de una base virtual, la Norddoc.

Iniciativa del sistema de información común de la CISAC

44. La CISAC es la organización internacional de las sociedades recaudadoras de los derechos de autor, con sede en París. Establece las normas internacionales que rigen las relaciones entre estas sociedades. Las bases de datos virtuales que permiten que todas ellas tengan las mismas oportunidades de eficiencia constituyen elementos fundamentales de un régimen mundial justo. A mediados del decenio de 1990, la CISAC lanzó una importante iniciativa en este sentido, a saber, el Sistema de Información Común (CIS) que proporciona formas de identificación especiales de las obras (su vinculación con el propietario). La vinculación a un sistema de esta clase es la mejor manera de que las pequeñas sociedades recaudadoras de los derechos de autor defiendan a nivel mundial los intereses de sus miembros. Por ejemplo, un régimen de información común que funcione dificultaría que personas poco escrupulosas pudieran pretender haber escrito obras ya registradas por los creadores de un país en desarrollo que disponga de una identificación especial en el CIS.

45. La argumentación anterior ilustra la importancia para los países en desarrollo de establecer sociedades recaudadoras que funcionen y puedan llevar a cabo con eficacia estas obligaciones de registro, tarea que incluye hasta el registro de los arreglos de la música tradicional local. Un sistema local eficiente constituye la mejor garantía para: a) garantizar que los ingresos obtenidos por los miembros vuelvan al país de origen, b) conseguir que los compositores locales no se inscriban en entidades del extranjero. Teniendo en cuenta la gran demanda de eficiencia de los sistemas de tecnología de la información, también se corre el riesgo de que grupos de sociedades quieran extender sus actividades fuera de su propia zona para pagar las inversiones efectuadas en nuevos sistemas conjuntos. Incluso en la esfera de los derechos de autor la palabra "fusión" puede tener importancia.

46. La colaboración entre sociedades antiguas y recientes será fundamental, en tanto en cuanto se realice en pie de igualdad. Por ejemplo, la sociedad recaudadora de los derechos de autor de los compositores suecos, STIM, ha proporcionado asistencia económica y técnica a las nuevas sociedades de los Estados Bálticos (Estonia, Lituania y Letonia)¹¹.

Reglas de juego equitativas: retos internacionales, regionales y nacionales

47. En la figura 4 se supone que la sociedad recaudadora de los derechos de autor goza de un privilegio fundamental en la industria musical, actuando como parachoques firme y equitativo de los intereses de los titulares de los derechos frente a los empresarios, estableciendo tarifas mediante negociaciones razonables con los usuarios en nombre de todos los autores (pudiendo así ofrecer un repertorio universal) y equilibrando las demandas razonables de los titulares de los derechos y de los usuarios. La integración vertical mediante fusiones comerciales tiene un efecto considerable sobre esta independencia. Los principales editores funcionan como un oligopolio internacional. Sus sucursales locales pueden estar bien representadas en las juntas de las sociedades nacionales de gestión de los derechos de autor, con lo cual sus representantes acaban teniendo una lealtad doble, tanto respecto de la junta nacional de la sociedad de gestión como de

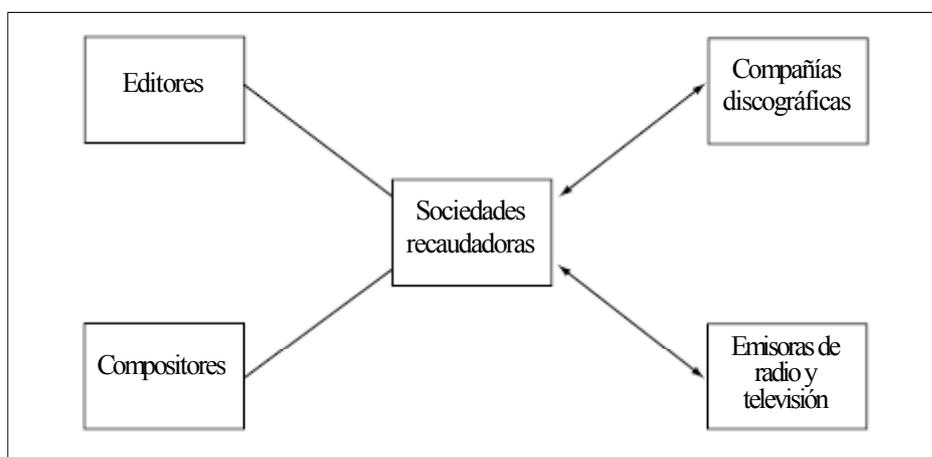
¹¹ Sin esta asistencia, los compositores bálticos que registraron éxitos en los dos últimos años en el concurso de canciones de Eurovisión no hubiesen podido cobrar una parte razonable de los derechos de autor recibidos por sus países.

sus amos internacionales. Esto permite que los principales participantes obtengan beneficios económicos en detrimento de los pequeños. Las principales divisiones de las empresas discográficas han ofrecido todas sus actividades mercantiles (por ejemplo, la entrega de los derechos de autor obtenidos automáticamente en toda Europa) a una sociedad concreta a cambio de que rebaje el precio. Sus divisiones de edición conexas han exigido después que la sociedad cobre comisiones más bajas para pagar las cantidades debidas por las canciones publicadas en esos discos. Quienes han sufrido las consecuencias son los autores de las canciones publicadas por marcas más pequeñas, cuyas comisiones a menudo se han aumentado para que las sociedades recaudadoras puedan equilibrar su contabilidad. Existe un peligro muy real de que situaciones similares puedan debilitar la fuerza de las nuevas sociedades recaudadoras de los países en desarrollo.

Figura 4

Opinión tradicional sobre la función de las sociedades recaudadoras como intermediarias

Las sociedades recaudadoras representan a los propietarios de los derechos cuando negocian con las empresas que explotan la música (compañías discográficas, emisoras de radio y televisión). Este modelo supone que las sociedades que gestionan los derechos de autor gozan de gran autonomía y poder (y que los usuarios son independientes de los propietarios de los derechos).



48. Estas observaciones tienen numerosas consecuencias para las sociedades colectivas de los países en desarrollo. Tienen que ser claramente eficientes y transparentes y contar con el apoyo tanto moral como jurídico de las autoridades oficiales. Tienen que pasar a formar parte del sistema internacional pero al mismo tiempo exigen que las mismas normas que se les aplica se apliquen a participantes de mayor entidad y más antiguos. Estas observaciones conducen a la firme conclusión de que es preciso fortalecer, ampliar y mejorar la función de la CISAC como integradora de las actividades de las sociedades recaudadoras, así como de guardiana de los principios de reciprocidad y solidaridad, con el fin de reflejar la evolución de la industria

mundial de la música. La OMPI, en su calidad de guardiana de las normas mundiales, también tiene una gran responsabilidad en este contexto¹².

La piratería en los países en desarrollo

49. La industria mundial de la música recuerda a menudo que la piratería supone para los artistas y compositores pérdidas de ingresos por valor de miles de millones. Se estiman en 4.200 millones de dólares las ventas de productos pirateados en el año 2000, y en algunos países en desarrollo la piratería es ciertamente desenfadada¹³. La extensión de la tecnología de copia barata y el reciente aumento de capacidad de los discos han constituido la principal fuente de piratería en los últimos años, y en 2000 los discos compactos representaron más de un tercio de las ventas de productos pirateados. No obstante, en países como la República de Corea y Tailandia se ha demostrado que el mejoramiento de la legislación de derecho de autor ha servido para reducir las ventas de productos pirateados (Throsby, 2002).

50. Por otra parte, la "piratería" por medio de la copia no autorizada de música que no supone una "pérdida de ventas" no puede equipararse estrictamente a una pérdida de ingresos. Quienes no pueden permitirse pagar 10 ó 15 dólares por un disco compacto y prefieren una copia pirateada por 2 dólares no comprarían necesariamente el mismo número de discos compactos al precio superior si desaparecieran las versiones pirateadas. La misma argumentación puede ser válida con respecto a los consumidores que bajan música de Internet por medio de servicios como Kazaa. De hecho, muchos estudios han señalado que la utilización de los servicios Peer-to-Peer para bajar música de los discos duros de otros usuarios ha conducido de hecho a un

¹² Es interesante señalar que el conocimiento y la aplicación de esta práctica común sólo ha llegado a Suecia recientemente, a pesar del éxito de los compositores suecos en el mercado internacional. Cabe citar como ejemplo la norma de la CISAC que determina que el 50% de las cantidades recibidas por derechos de interpretación en otro país (por ejemplo, los ingresos por interpretación en estaciones de radio o televisión o en conciertos) tiene que recaer en el autor, por medio de la sociedad recaudadora del país en el que el compositor está registrado. Esto supone que el compositor dispone de una sociedad recaudadora local fiable, que las obras de que se trata se han registrado en el país y que estos datos están disponibles internacionalmente. El 50% "restante" suele pagarse a un editor local que representa al editor original del compositor en el territorio de que se trate. El reparto 50/50 es una vieja regla que tiene su origen en la época en que incluso un "subeditor" local, por ejemplo, un representante de una canción alemana en los Estados Unidos, imprimía la partitura de la música. Muchos compositores conocidos se han asegurado, mediante tratos "en origen", una participación directa superior al 50%. En la industria de la música del Reino Unido, los tratos 70/30 "en origen" son habituales incluso para compositores menos conocidos -o, dicho de otro modo, se garantiza al compositor el 70% de todo el dinero cobrado (menos impuestos y gastos de administración de la sociedad recaudadora). Algunos compositores de éxito han negociado tratos de 90/10 -lo que significa que a los editores no les corresponde más del 10% del dinero ingresado.

¹³ No se trata únicamente de un problema de los países en desarrollo, como da a entender el hecho de que en Italia las ventas totales estimadas de productos pirateados alcanzaron la cifra de 180 millones de dólares.

aumento de la propensión a comprar productos musicales físicos, por ejemplo, discos compactos (o incluso a experiencias físicas, como asistir a conciertos (Oberholzer F. y Koleman S., 2004)).

51. Naturalmente, el control de los empresarios ilegales que producen discos compactos y casetes registradas piratas tiene que ser una importante prioridad en todos los países. El control de la piratería es más efectivo si las instituciones locales tienen un incentivo económico para erradicarla. Por ejemplo, una sociedad local de derechos de autor puede beneficiarse de actividades eficaces contra la piratería porque deberían proporcionarle ingresos (por medio de los derechos de autor obtenidos de las ventas legales).

Recomendaciones sobre las prácticas y políticas más idóneas

52. No existe ningún conjunto universal de soluciones políticas a los problemas experimentados por las industrias incipientes en los países en desarrollo, con inclusión de los menos adelantados. Sin embargo, el análisis efectuado en este documento sugiere que los cambios en curso en la industria musical puedan aportar nuevas posibilidades para los agentes de menor importancia y una nueva zona fundamental para la creación de empleos y la expansión del comercio. Entre ellos figuran la capacidad de generar rentas elevadas, que pueden corresponder a los beneficios invertidos. La industria musical es una industria de alto riesgo con una subsidiación cruzada masiva que es necesaria para poder considerar un horizonte a largo plazo frente a una incertidumbre y una inconstancia considerables. Sin embargo, esas mismas tendencias pueden dar origen también a ventajas masivas para el primer autor que evitarán nuevas incorporaciones a las actividades más valiosas. Para los pequeños países un modelo mixto de participación privada y pública es un camino probable al éxito. Es preciso mejorar los puentes profesionales entre los elementos creativos y "no creativos" del sector para superar los obstáculos a la expansión. El argumento económico a favor de las intervenciones del Estado descansa en el argumento conocido del fallo del mercado y en el carácter de bienes públicos de los productos culturales.

Riesgo compartido

53. Aunque el acceso a la financiación es una cuestión de importancia general para todas las empresas, los estudios muestran que las empresas culturales afrontan enormes obstáculos, en particular cuando esas empresas son pequeñas (Cunningham, 2004). En parte, el problema refleja la índole de cualquier producto cultural, cuyo aspecto de bien público lo expone a los riesgos de un beneficiario parásito. Como resultado de ello, las prácticas actuales de financiación son particularmente insatisfactorias en las fases inicial y de desarrollo de las empresas culturales, cuando los peligros son en cualquier caso particularmente elevados. Este problema se amplifica en los países en desarrollo, donde los mercados financieros son reducidos y la desregulación ha desplazado del horizonte las industrias con mayores riesgos, con períodos más largos de gestación o con estructuras institucionales complejas (Felix, 2003).

54. La mayor parte de los países en desarrollo carecen de una política sectorial global para la promoción de sus industrias culturales. La corrección de esta situación es un primer paso para mejorar la imagen de la industria como una posibilidad de financiación potencial. Actualmente la mayor parte de las empresas relacionadas con la música son PYMES, pero los países en desarrollo necesitan crear empresas medianas y grandes para penetrar en los mercados mundiales como agentes competitivos con obligaciones financieras evidentes. Una posible forma de

lograrlo consistiría en establecer agrupaciones basadas en artesanías o distritos industriales, lo que parece constituir un rasgo característico de la industria de los países más adelantados y que puede servir como alternativa a empresas de gran tamaño integradas verticalmente (Kozul, 1993).

55. En Europa existe un vasto conjunto de planes públicos, privados y mixtos de financiación de que disponen las empresas culturales que disponen de un fomento de la empresa con este fin, con inclusión de la disponibilidad de préstamos empresariales, préstamos en condiciones favorables, donaciones, y planes de donaciones específicamente ajustados al desarrollo de empresas pequeñas y medianas culturales (UE, 2000). Los nuevos instrumentos monetarios (por ejemplo los planes locales de comercialización de divisas) del tipo creado en el Reino Unido, por ejemplo, están mejor adaptados a las circunstancias locales¹⁴. Otro instrumento importante de política a este respecto es la **garantía de los préstamos**. Se trata de un sistema de garantía de los préstamos públicos y privados con apoyos financieros conexos, como IFCIC en Francia y SODEC en Quebec, Canadá. En algunos países africanos planes de garantía de los préstamos existen, por ejemplo, GARI (Lomé, Togo), FANG (Túnez) y otros. Aunque no son un sustitutivo de los préstamos bancarios, pueden proporcionar un tipo de seguro para el sector bancario en apoyo de la promoción empresarial.

56. Por último, los organismos de desarrollo pueden desempeñar asimismo una importante función en el suministro de capital a las empresas culturales. Hasta ahora los órganos multilaterales de financiación y los bancos regionales de desarrollo no han tenido una función muy destacada en esta esfera, aunque existen indicios de cambio. Otros organismos internacionales, como la UNCTAD y la UNIDO, pueden proporcionar apoyo técnico complementario a las asociaciones de las PYMES así como a los organismos públicos en el establecimiento de grupos de industrias culturales.

Desarrollo institucional

57. Una conclusión general de este documento es que es fundamental que exista un interés particular por las instituciones del derecho de autor y las corrientes de ingresos. Los países en desarrollo, cuando es necesario, deben modernizar su legislación relativa al derecho de autor y facilitar el establecimiento de un régimen eficiente del derecho de autor que pueda garantizar un terreno de juego ecuánime entre sus propios creadores y aquellos con los que compiten internacionalmente. En esta labor los países en desarrollo deben recibir apoyo técnico y financiero de la comunidad internacional de derecho de autor para alimentar a sus propios órganos de protección del derecho de autor, órganos que sean eficientes, equitativos y transparentes. Esto significa que pueden llevar a cabo auditorías razonablemente estrictas e independientes, y también que tanto los usuarios de la música (que pagan dinero a las sociedades) como los creadores de música (que reciben distribuciones de dinero) están razonablemente satisfechos de que la entrada de ingresos se distribuya a aquellos cuya música se representa.

¹⁴ Queda fuera del ámbito del presente documento examinar estos sistemas de manera detallada, pero véase UE (2000).

58. Cualesquiera cambios mundiales en la industria de la música que debiliten los principios de reciprocidad y solidaridad que han sostenido tradicionalmente en el sistema de derecho de autor juntos (o incluso peor, cualesquiera cambios que prescindan de estos dos últimos conjuntamente) puedan tener consecuencias negativas en este contexto. En consecuencia, organizaciones internacionales como la OMPI y la CISAC, que desempeñan una mezcla de funciones de asesoramiento y de vigilancia, tienen responsabilidades importantes.

Para resumir, las políticas deben abarcar lo siguiente:

- ◆ Siempre que sea posible, alentar a los creadores a conservar sus derechos originales en su país (por medio de un editor original nacional), con contratos de explotación internacional basados en condiciones "razonables" (condiciones que se consideran como razonables en las naciones maduras que exportan música);
- ◆ Buscar formas de transferencia de conocimientos y tecnologías y apoyo operacional de otras naciones más pequeñas del mundo en desarrollo que han logrado crear unas instituciones locales de gestión del derecho de autor positivas e independientes (*verbi gracia*, Irlanda y Suecia);
- ◆ Cooperar con órganos internacionales como la OMPI para suministrar a músicos/compositores locales y empresarios de la industria musical mejores conocimientos de dicha industria.

Creación y apoyo de la industria local

59. La base creativa comienza a nivel local. Un floreciente clima empresarial que estimula a las empresas más pequeñas independientes a producir un amplio conjunto de productos musicales puede aportar el cimiento para conseguir efectuar exportaciones. Esto a su vez puede incluso estimular a las filiales locales de las empresas principales a invertir en repertorios y artistas locales. Ese ambiente puede promover un incremento de la capacidad empresarial local que puede lograr un valor de sinergia en la colaboración con subsidiarios de los conglomerados musicales multinacionales.

60. Algunos países han introducido diferentes programas con respecto a la financiación directa y/o parcial de la producción local. El Programa de Desarrollo de la Grabación Sonora del Canadá (SRDP) se creó en 1986 para prestar apoyo a las compañías de propiedad canadiense con el fin de que produjeran música y programas de radio de audio y vídeo canadienses, así como servicios de comercialización y distribución. La financiación anual fue inicialmente de 5 millones de dólares canadienses al año. El informe del Grupo de Trabajo Estatal Canadiense llegó a la conclusión de que a pesar de que esta suma ha disminuido alrededor del 27% en dólares constantes, el programa había producido un efecto muy positivo en la industria local de grabación sonora. Se criticó no obstante que la SRDP proporciona apoyo excesivamente reducido a la comercialización y distribución.

61. Las empresas comerciales internacionales que tienen éxito participarán muy probablemente en agrupaciones de empresas locales y compañías internacionales. Un requisito previo del éxito es el conocimiento especializado en la esfera de los "acuerdos razonables", con inclusión de una clara comprensión entre los creadores de las ventajas de ceder derechos por un

pequeño desembolso inicial. Para una industria de un país en desarrollo incipiente es imperativo que se establezcan principios y prácticas idóneos en lo que respecta a las relaciones entre los agentes de las industrias locales y nacionales y sus homólogos internacionales. Sin un conocimiento de las normas que se han de aplicar en, digamos, naciones establecidas de exportaciones musicales, una industria musical nacional tendrá una considerable desventaja, independientemente de los valores de sus activos creativos.

Conclusiones

62. Las tendencias hacia la mundialización empresarial en la industria musical no ha anulado el concepto de las industrias musicales nacionales o incluso regionales. Los canales mundiales de distribución como los satélites o Internet se reconoce que no muestran ningún respeto tecnológico por los límites nacionales, territoriales o culturales (lingüísticos). Por otro lado, no producen únicamente el efecto de promover una reducción del número de figuras y productos de espectáculos mundiales.

63. Un conjunto de factores locales como la cultura, la educación, las condiciones económicas y el acceso a la tecnología, incluso cuando están relacionadas con las tendencias internacionales, pueden inducir a elevados niveles de actividad local. El efecto global puede en ese caso constituir un recurso nacional *de facto*. Así ha sucedido durante décadas en el Reino Unido y los Estados Unidos. Más recientemente, otros países, incluso países pequeños como Irlanda, Suecia y Jamaica, han mostrado que pueden desarrollar sus propias industrias florecientes.

64. Cabe señalar varias esferas para impulsar la investigación. Estas están relacionadas con las cuestiones fundamentales más arriba descritas: el sistema de gestión colectiva, las formas de apoyo estatal y privado para la creación de industrias locales, y la promoción de conocimientos técnicos industriales musicales por medio de la instrucción y la capacitación. La expansión de los ingresos de los derechos de propiedad intelectual para abarcar a más grupos de titulares de derechos merece también que se le preste una atención más detenida, al igual que la cuestión de saber con qué rapidez, si existe alguna rapidez en algunos casos concretos, los países en desarrollo pueden integrarse en este proceso.

65. Las indicaciones anteriores son sumamente significativas, no sólo para los países en desarrollo, sino también para las industrias creativas internacionales en conjunto. Si se quiere que el mundo disfrute de un amplio conjunto de activos culturales en el mundo en desarrollo, las industrias creativas de los países en desarrollo tienen que ser activamente respaldadas con miras a promover sus capacidades de suministro y de prestarles asistencia en lo que respecta a la expansión del comercio y el desarrollo en condiciones comerciales equitativas. Eso requerirá un terreno de juego uniforme, con un nivel adecuado de conocimientos internacionales incluso a nivel local. Las industrias creativas, como la música, pueden constituir un instrumento fundamental para la promoción y alimentación de la diversidad cultural. Teniendo esto presente, la comunidad internacional tiene que establecer medidas y mecanismos especiales para promover la diversidad cultural que reconoce el derecho de las sociedades y de los grupos sociales a crear, difundir, distribuir y tener acceso a bienes y servicios culturales que respeten su identidad y dignidad.

Referencias

- Ahlgren B. (2000). Electronic trade in music: The shift from physical to non-physical products. Tesis de maestría, Department of Media Technology and Graphic Arts, Instituto Real de Tecnología (KTH), Estocolmo (Suecia).
- Andersen B., Kozul-Wright Z. y Kozul-Wright R. (2000). *Copyrights, Competition and Development: The Case of the Music Industry*, UNCTAD, documento de debate, 145, enero, UNCTAD/OSG/DP/145, Naciones Unidas, Ginebra.
- Burnett R. (1996). *The Global Jukebox: The International Music Industry*. Londres: Routledge.
- Choi C. J. y Hilton B. (1995). "Globalization, originality, and convergence in the entertainment industry", en: L. Foster (ed.), *Advances in Applied Business Strategy*, Greenwich, CT: JAI Press.
- Cunningham S. (2003). *Evolving creative industries: From original assumptions to contemporary interpretations*, transcripción de un seminario, 9 de mayo, Q U T Brisbane (Australia).
- Dayton-Johnson, J. (2000). "What's Different About Cultural Products? An Economic Framework". (Universidad Dalhousie) Documento elaborado por Strategic Research and Analysis (SRA), Strategic Planning and Policy Coordination, SRA501. Ottawa: Department of Canadian Heritage.
- European Union (UE) (2000), Banking on culture, www.EU.org.
- Felix D. (2003). The Past as Future? The Contribution of Financial Globalization to the Current Crisis of Neo-Liberalism as a Development Strategy, PERI Working Paper Series N° 57. Political Economy Research Institute, Universidad de Massachusetts, Amherst.
- Gerdes J. y Rolland E. (2000). "Www-What went wrong. An analysis of the apparent collapse of the dot coms", Actas de la Tercera Conferencia Internacional sobre Telecomunicaciones y Comercio Electrónico (ICTEC), Dallas: Southern Methodist University.
- Grahl J. (2001). "Globalized finance", *New Left Review*, marzo-abril.
- Gronow P. y Saunio I. (1998). *An International History of the Recording Industry*, Cassell, Llewellyn, Wellington House, Londres.
- Hirsch P. M. (1992). Globalization of mass-media ownership: Implications and Effects, *Communication Research* 19: 677-681.
- Jupiter Communications (2000). "Selling music On-line", documento presentado por O Beauvillan en la PopKommconference, Colonia, agosto.
- Kozul Z. (1993). Innovation and industrial organisation, tesis de doctorado, Universidad de Cambridge, Cambridge.

- Kretschmer M. y Wallis R. (2000). "Business models and regulation in the electronic distribution of music", en: B. Stanford-Smith, *E-Business: Key Issues, Applications and Technologies*, Amsterdam: IOS Press, págs. 197 a 204.
- Kretschmer M., Klimis G. y Wallis R. A. (1999). "The changing location of intellectual property rights in music: A study of music publishers, collecting societies and media conglomerates", *Promethues* 17/2, págs. 163 a 186.
- Lovering J. (1998). "The global music industry: Contradiction in the commodification of the sublime", en: A. Leysham et al. (eds.), *The Place of Music*, Nueva York: Guildford Press.
- Malm K. y Wallis R. (1992). *Media Policy and Music Activity*, Londres: Routledge.
- Mol J. M. y Wijnberg N. W. (2002). "Value chain envy: Explaining new entry and vertical integration in popular music", Research Report, SOM, 02B32, Universidad de Groningen (Países Bajos).
- Music & Copyright (2002). "EMI reports an 83% rise in EBITDA to US\$ 24 million", N° 240, 27 de noviembre, Informa Media Group, Londres.
- Music & Copyright (2003). "On Line retail market expands but high costs and increased competition threaten standalone web retailers", N° 265, 24 de diciembre, Informa Media Group, Londres.
- Negroponte N. (1996). *Being Digital*, Vintage Books.
- Negus K. (1999). *Music Genres and Corporate Cultures*, Londres: Routledge.
- Oberholzer F. y Koleman S. (2004). The effects of file sharing on record sales: An empirical analysis, documento de investigación, Harvard Business School/UNC Chapel Hill, marzo.
- Rutten P. (1991). La música popular local en los mercados nacionales e internacionales, *Cultural Studies* 5: 294-305.
- Tapscott D., Ticoll D. y Lowy A. (2000). *Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs*, Harvard Business School Press, Cambridge, MA.
- Throsby D. (2002). "*The music industry in the new millennium: Global and local perspectives*", documento preparado por la Alianza Mundial para la Diversidad Cultural, División de las Artes y de las Empresas Culturales, UNESCO, París.
- UNCTAD (1997). *Trade and Development Report 1997*. Naciones Unidas, Ginebra.
- _____ (2003). Actas del Foro de la Juventud, Seminario de la Industria Musical, Bruselas, Tercera Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Países Menos Adelantados, Parlamento Europeo, mayo, Naciones Unidas, Ginebra y Nueva York.

Wallis R. (1990). "Internationalisation, Localisation and Integration: The Changing Structure of the Music Industry", documento de trabajo del Departamento de Comunicación de Masas, Universidad de Gothenburg (Suecia).

_____ (2000). "The music industry and the digital environment seen through the eyes of a smaller collecting society", en: J. Turton y E. Lauvaux (eds.), *Legal and Commercial Effects of Digitisation on the Music Industry*, Apeldoorn (Países Bajos): Maklu Publishers, págs. 221-232.

Wallis R., Kretschmer M., Holtham C. y Skinner C. (1998). "Credibility capital: The new logic of electronic markets". *Actas de la Primera Conferencia Internacional sobre Telecomunicaciones y Comercio Electrónico (ICTEC)*, Nashville: Universidad de Vanderbilt.

Wallis R. y Malm K. (1984). *Big Sounds from Small Peoples: The Music Industry in Small Countries*, Londres: Constable.
