

AUTORES, MÚSICOS Y ARTISTAS, SU PAPEL EN LA REVOLUCION DE LOS CONTENIDOS

Caco Senante / Juan José Castillo

(csenante / jjcastillo) @roaim.org

Presidente / Director de la Red de Organizaciones de Autores e Intérpretes de Música (ROAIM)

Apartado de Correos 16.160 28080 Madrid. España

Teléfono y Fax: (+34) 913 669 722

RESUMEN

Autores músicos e intérpretes, con diferentes entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual, afrontan, como propietarios de los contenidos en la era digital, su papel en el diálogo con la cibersociedad.

Autores, músicos y artistas somos, a veces, la misma cosa, es decir: desempeñamos uno, dos o tres oficios. Como muchos otros trabajadores. Y, también como les ocurre a muchos trabajadores, a algunos les da más bien para poco.

1. Trabajadores culturales

Está claro que los autores, músicos y artistas somos trabajadores. Está claro que nuestra actividad profesional es un trabajo y que el rendimiento de ese trabajo es nuestro salario y que con él componemos, en la medida de nuestras posibilidades, con mayor o menor éxito, las bases de nuestro microcosmos económico. Les puedo asegurar que el mismo está muy en sintonía con nuestra particular forma de entender la vida y el trabajo. Pero no, por ello, menos respetable.

Autores, músicos y artistas somos, a veces, la misma cosa, es decir: desempeñamos uno, dos o tres oficios. Como muchos otros trabajadores. Y, también como les ocurre a muchos trabajadores, a algunos les da más bien para poco.

El oficio de autor consiste en escribir una letra o componer la música para una canción, una película o un anuncio por ejemplo. El músico graba discos, toca en orquestas o acompaña a artistas en gira y, los artistas, viven, principalmente, de las actuaciones en directo.

Una vez recordadas cuales son las actividades laborales tangibles que significan una aportación dineraria a la economía de los trabajadores de la música, me gustaría hablar de las intangibles que son los derechos de autor y de los conexos, así denominados por la Ley de

Propiedad Intelectual, es decir, los de los artistas, intérpretes o ejecutantes y los de los productores.

La primera anotación que debemos hacer es establecer las diferencias entre derechos de autor y copyright puesto que no son lo mismo. El copyright, el modelo anglosajón, permite la venta y compra de las obras a sus autores. En cambio, el derecho de autor, el modelo utilizado en la Europa continental, impide a sus titulares la cesión total de los derechos generados por la utilización de las obras de su propiedad.

Cuando en un hotel, un concierto benéfico, una verbena o fiesta popular, en la megafonía de un espectáculo deportivo o en la de una tienda o grandes almacenes, en la televisión, la radio, teléfonos móviles, etc. suenan nuestras canciones, es evidente que están siendo utilizadas para la obtención de un beneficio. Un beneficio que se obtiene a partir de la utilización de nuestro trabajo, es por lo tanto lógico que participemos de ese beneficio.

Y eso, es lo que es intangible. El uso que, de manera reiterada y durante toda la vida, hace el consumidor de nuestro trabajo. Un trabajo, que desde luego, no se terminó de pagar cuando se adquirió el CD en la tienda. Ese es el derecho de autor. Como ven, a final de cuentas, el derecho de autor constituye el único salario del autor-músico-artista que, con el tiempo, se convertirá en su único patrimonio. ¡Un patrimonio del que es despojado, setenta años después de su muerte! Una vez transcurrido ese tiempo los creadores y sus herederos son expoliados del fruto de su esfuerzo.

2. Entorno digital

Las grandes corporaciones, compañías discográficas, grupos mediáticos y las operadoras de telefonía, principalmente, han demostrado en la última década un inusitado interés por destruir el derecho de autor. De ese modo han podido cuestionar (con la complicidad inconsciente de los consumidores)

la propiedad misma de los contenidos factor determinante para el control, definitivo, de internet. Los usuarios de la Red, convertidos ahora en consumidores, se lo han puesto a pedir de boca.

La lucha encarnizada que se ha desencadenado durante los últimos años entre los grandes grupos económicos por el control del repertorio (los contenidos), se ha traducido en compras, fusiones, *joint ventures*, etc. Durante el transcurso de estas operaciones ha ido poniéndose de manifiesto cual es la vocación de esas empresas: el control de los contenidos. Sin ellos, en la Red, no son nadie.

Primero fue la tecnología, una tecnología que provoca la revolución de los contenidos, unos contenidos que son nuestros y que, como veremos, quieren arrebatarlos. Los sistemas de compresión, distribución y venta on line –legal e ilegal– continúan recolocando cada día el mercado en su sitio. El MP3 y los programas de intercambio entre iguales (P2P) no sólo han popularizado el consumo, indiscriminado, de la música en internet, también han puesto en tela de juicio, debido a su gratuidad, los pilares mismos sobre los que se ha sustentado la industria musical. El debate mundial originado cuestiona que el consumidor deba pagar a los propietarios de las obras como hasta ahora venía ocurriendo.

Actualmente sólo existe un mecanismo de defensa ante este hecho: las entidades de gestión colectivas. Ellas están intentando –junto a gobiernos e industria– regular una situación, como estamos viendo, harto compleja. Estas entidades están, por lo tanto, en el punto de mira de quienes sólo persiguen anular al autor para obtener la propiedad de lo que no les pertenece. Cuanto más atomizados estén los autores, los artistas y los músicos, más débiles serán. Que nadie nos acuse de practicar un discurso “apocalíptico” cuando anunciamos un futuro incierto para la Cultura de producirse dicha atomización. Organizaciones como la Red de Organizaciones de Autores e Intérpretes de Música (ROAIM) intentan advertir de los peligros que conlleva una situación en la que la fragmentación sea aceptada y que nos conducirá a un futuro en el que no se pagará por los productos culturales.

Las entidades de gestión de derechos de autor y de propiedad intelectual son tratadas como “intermediarios culturales”. Que ironía. Las entidades de gestión son organizaciones

creadas, impulsadas y dirigidas por sus socios. Autores, músicos y artistas acordamos en las respectivas asambleas generales, con los estatutos en la mano y la estricta aplicación de la ley, cual debe ser el comportamiento y la actuación ejecutiva de nuestras entidades de gestión. Y ahora, alguien, las califica de “intermediarios.”

La protección y la defensa de los derechos de autor protagonizadas por las entidades de gestión –ya lo estamos comprobando– a veces no son suficientes. Habrá que aislar y atacar allí donde se produce el mal. Al permitir la continuidad del concepto de música gratis, contribuimos al exterminio del colectivo de los creadores (de los que desean hacer una profesión de ello), el derecho de autor y de la música misma. ¿Y qué tipo de futuro nos estamos labrando si permitimos que la creación no sea justamente retribuida de acuerdo con la ley vigente? La falta de cultura embrutece a la sociedad y conduce a ésta, irremediablemente, a la más vil de las tiranías.

Lo que se está barajando en realidad es la existencia misma de un principio aceptado universalmente, hasta ahora, y que tuvo su origen en la Revolución francesa: el derecho del creador a seguir la suerte de su obra. Los legisladores y los agentes que participan en la industria de la cultura han reconocido además, al menos hasta ahora, este derecho como el único patrimonio del creador.

Es innegable que los sistemas de compresión de ficheros de música, así como los sistemas de distribución en la Red de los mismos, han conseguido hacer llegar más rápido y con mayor efectividad la obra del creador al público. También, estas nuevas herramientas y sistemas parecen haber detenido el encarecimiento del precio de la música. Entre todos, autores; músicos, artistas, compañías de discos, editores, distribuidores y vendedores, sin olvidar a los consumidores, tenemos la obligación de continuar trabajando en los aspectos positivos de estas nuevas herramientas con el único objetivo de beneficiar a la música y al modelo de negocio sostenible que, obedeciendo a las leyes del mercado, la sustente, nunca a la ruina de quienes la crean.

3. El papel de autores, músicos y artistas

Los contenidos musicales, los productos que hemos elaborado autores, músicos y artistas con el concurso de los productores, están llenando la

Red de “sentido”, inundan el nuevo mercado *on line* y eso nos alegra. Lo que nos produce pavor es aquella situación en la que nuestras propiedades son dispuestas por los propios consumidores en las “calles de internet” como si de un top manta digital se tratara. Eso sí, con la disculpa de que no hay “ánimo de lucro”. Este comportamiento está perjudicando el cambio del mercado físico al mercado on line. Que es al que todos deseamos migrar, sin que desaparezca el primero, evidentemente.

Pretender que nuestro papel en el Nuevo Mercado, como creadores y propietarios de los contenidos, debe limitarse a aprobar el intercambio, soportar la piratería digital o volver a permitir que las empresas –como ocurrió a principios del siglo pasado con las radios y las compañías discográficas- impongan sus reglas, es una equivocación.

En el Nuevo Mercado, nuestro trabajo, nuestros productos, tienen un precio y esperamos que este sea pagado. Luego, el mercado se encargará de ir colocando en su sitio todos esos productos por medio de su implacable regla de la oferta y la demanda. Imaginen que increíble se nos antoja esa sociedad, la digital, cuyos líderes y

representantes anuncian que nuestro futuro económico se reduce a la esperanza de venta de la copia número 1 y las actuaciones en directo que podamos conseguir.

Es como en esa pesadilla en la que, en una Guerra Civil imaginaria, unos ciudadanos pertrechados con armas tecnológicas, señalan a otros con el dedo, acusándoles de “aristocracia de la cultura” y exigiendo a gritos sus cabezas. El entorno digital y, en concreto, en internet, los trabajadores de la música lo concebimos igual que el mercado real. Las tiendas *on line* son, para nosotros, iguales que las tiendas de toda la vida. Incluso mejores, el consumidor escoge y paga, más barato, sólo lo que le gusta.

Las nuevas tecnologías e internet han sentado las bases para la posterior revolución que terminará perfilando la Sociedad de la Información y del Conocimiento. Los ciudadanos –digitales- tienen conciencia de que, por primera vez en la Historia de la Humanidad, tienen en sus manos el instrumento –internet- que posibilitará la Nueva Revolución que conducirá a la Nueva Sociedad en la que la Cultura esté al alcance de todos. Les propongo que trabajemos juntos para conseguirlo.

RESEÑA CURRICULAR

Caco Senante (Sta. Cruz de Tenerife, 1949). Cantante, compositor, productor y actor. Su trayectoria musical transcurre por el folclore canario, luego el latinoamericano y, más tarde, la salsa. Ha grabado más de quince discos y trabajado con Tito Puente, Cheo Feliciano, Pablo Milanés o Rubén Blades, entre otros. Actualmente está empeñado en el afianzamiento documental, tanto sonoro como verbal y visual, de la historia de los grandes compositores hispanoamericanos. Sus proyectos Clásicos Latinos y Lo Mejor de los Mejores son los más representativos. Desde 2004 es Presidente de la Red de Organizaciones de Autores e Intérpretes de Música (ROAIM) y Vicepresidente de la Asociación de Compositores y Autores de Música (ACAM.)

Juan José Castillo (Las Palmas de Gran Canaria, 1958). Primero promotor y manager, más tarde periodista, analista y asesor cultural., desde 1989 se especializa en comunicación musical. Es, en 1990, que inicia su actividad en el campo de la telemática como proveedor de información con Musikbox (luego Musitron). En 1999 dirige los contenidos de akimusic.com y navegalia.com, entre otros y asume la gerencia de la Asociación de Compositores y Autores de Música (ACAM). Desde 2003 su actividad profesional está comprometida con la coordinación y gestión de las organizaciones profesionales ACAM y la Red de Organizaciones de Autores e Intérpretes de Música (ROAIM.)

“Por la presente, y como autor del trabajo mencionado arriba, cedo, a la Asociación de Usuarios de Internet una licencia no-exclusiva irrevocable para imprimir, reproducir, distribuir, transmitir o comunicar de cualquier manera dicho trabajo, incluyendo el derecho de hacer modificaciones de formato. Además, afirmo que esta cesión no lesiona los derechos de terceros”.