La campaña 'Internet justa para performers'

POR **ANANAY AGUILAR**

Los *performers*[1] -y con *performers* me refiero sobre todo a los músicos de sesión- siempre han salido perdiendo en la repartición de ingresos por ventas discográficas. Nada ha cambiado en la era digital. Por el contrario, a pesar de las muchas reformas que se han hecho en los últimos años, los *performers* terminan últimos en la fila.

Hoy en día la discusión se centra en torno al pago de las transmisiones en línea, por las cuales los músicos de sesión no reciben ni un centavo en países como el Reino Unido, uno de los mayores mercados musicales del mundo.

Planteamiento y objetivos

En mayo de 2015 las asociaciones de *performers* europeas e internacionales (que llamaré APs), que incluyen AEPO-Artis, EuroFIA, FIM y IAO, lanzaron la campaña 'Por una Internet justa para *performers*' (a la que me referiré como CIJP).

El mecanismo a través del cual la campaña pretende darle una remuneración más justa a los músicos es legal, con un enfoque hacia la transformación del derecho exclusivo de 'puesta a disposición' a un derecho de 'remuneración equitativa irrevocable' (que llamaré REI), como ya existe en algunos países como España, pero que no se ha armonizado a nivel europeo.

La propuesta es que el costo adicional que este derecho generaría lo paguen los proveedores de servicios digitales (como YouTube, Spotify o Deezer) y no los sellos disqueros, como es el caso del derecho de comunicación al público. El argumento para la introducción de esta herramienta legal es la falta de capacidad negociadora de los *performers*: con un derecho de REI a través de una gestora colectiva por las transmisiones en línea, los *performers* asegurarían una remuneración a través de regalías sin la necesidad de tener que negociar con un productor musical poderoso[2].

Este artículo toma esa campaña como estudio de caso, con el fin de entender mejor tanto los discursos que se generan sobre *performers* en el entorno industrial y gubernamental, como el curso que estos toman durante el proceso de *lobby*.

Fundación Telefónica
Telefónica

El momento de la investigación coincide con el lanzamiento el pasado 14 de septiembre de 2016 por parte de la Comisión Europea de la *Propuesta de Directiva sobre los Derechos de Autor en el Mercado Único Digital*, que referiré como la propuesta del MUD[3]; (European Commission 2016).

Según Klein, Moss y Edwards[4], cada parte interesada en el debate sobre derechos de autor procede dentro de un marco discursivo con sus propias lógicas internas que atribuye una serie de características a las partes involucradas en el debate. El presente análisis se enfoca en los *performers*.

Vetulani-Çegiel[5] ofrece herramientas para evaluar la efectividad de una campaña de *lobby* en procesos de reformas legislativas. Este análisis se concentra en las acciones de grupos de presión, con énfasis en: la agresividad del grupo, sobre todo en lo concerniente a su capacidad de poner su propuesta en la mesa de negociación desde un inicio; la calidad del argumento o 'gancho', en cuanto a su poder persuasivo, y la configuración de los grupos de presión y su alcance en lograr acuerdos sectoriales.

El estudio se basa en entrevistas a representantes de seis partes interesadas: las APs (que se dividen entre músicos de sesión y artistas destacados), los editores, los sellos disqueros independientes, el grupo de los sellos mayores y los proveedores de servicios digitales. El estudio también usa recursos en línea, sobre todo de las páginas web de la Unión Europea, de cada grupo de presión entrevistado y de noticias relevantes.

La gestación de la campaña

Al analizar el cronograma de acciones de la CIJP, se destaca la definición de los términos de la propuesta de las APs alrededor de 2007, cuando se llevaron a cabo reuniones y conferencias que le dieron centralidad a la necesidad de convertir el derecho exclusivo de 'puesta a disposición' en un derecho de REI.

Desde el 2009, varios documentos de la Comisión y el Parlamento europeos demuestran que la propuesta está en la mesa de negociación[6]. Sin embargo, tras varios estudios y presión de otros grupos, la suerte les cambia desde finales de 2013: la propuesta comienza a ser vista con escepticismo. A cambio, aparece un discurso a través del sector entero sobre 'un Internet justo para creadores', con propuestas alternativas sobre la transparencia de los ingresos y pagos y mecanismos contractuales[7].

A estas alturas. las APs no han lanzado su CIJP; por el contrario, a finales de 2014, desentendidos del curso de las negociaciones, se preparan para lanzar una campaña con el nombre de '50 por ciento para *performers*', basada en el valor de la remuneración[8].

En abril del mismo año, el líder del mayor sello disquero independiente, Martin Mills, había salido a decir que su intento de dividir los ingresos por mitades con los artistas destacados no había sido financieramente viable. Esta decisión la había tomado al ver disminuir la mayoría de los ingresos, salvo el de las transmisiones en línea[9]. Seis meses después, tras una reunión internacional de APs, el grupo finalmente lanza la CIJP en mayo de 2015, bajo los términos

Fundación Telefónica

discutidos. Siguen una serie de documentos que ponen en duda[10] o simplemente ignoran[11] la viabilidad de la campaña.

Aunque a finales de 2015 logran poner su propuesta en la agenda de la OMPI[12], ya es demasiado tarde para la propuesta del MUD. En sus artículos 14-16, la propuesta discute únicamente herramientas de transparencia y mecanismos contractuales que buscan mejorar la capacidad negociadora de los *performers*, pero no hay mención a la propuesta acerca del derecho de puesta a disposición.

Consideraciones finales

Podemos concluir que las APs lograron poner su propuesta en la agenda desde un principio, pero no tuvieron éxito en mantenerla allí, ya sea por falta de evidencia relevante o por presión de otros grupos. La campaña del '50 por ciento para *performers*' claramente no les ayudó. El gancho de 'una Internet justa', aunque ha tenido mucha tracción, no fue original, sino que ya estaba dando vueltas en el proceso de *lobby* por otros grupos interesados en alinearse con los intereses de Andrus Ansip, el líder del proyecto por el MUD. La consecuencia es que las APs no lograron movilizar a los otros grupos de presión y así su causa se convierte en una de nicho, sin mucho eco a través del sector. Por otra parte, el discurso de 'Internet justa para creadores' logra introducir mecanismos que, si bien no responden a la propuesta en relación con el derecho de puesta a disposición, responden a la parte del argumento asociada con la capacidad negociadora de los *performers*.

Es interesante ver por qué, si bien las APs no logran influenciar el debate con su propuesta de un derecho de puesta a disposición irrevocable de remuneración equitativa, el discurso de 'una Internet justa para creadores' genera tracción. Para los músicos de sesión, que es el grupo más grande de músicos, la necesidad del derecho se genera por una falta de capacidad de negociación. Los artistas destacados se alinean con los editores. No les falta capacidad de negociación, por lo cual prefieren un derecho exclusivo. Sin embargo, simpatizan con la idea de una Internet más justa en un época en donde todos las partes sienten la disminución de ingresos generada por las tecnologías digitales en combinación con el uso masivo de la Red.

Los sellos disqueros (independientes y mayores) creen que unirse en ese discurso les favorece frente a los legisladores, especialmente si no tienen que sacar de su bolsillo para crear una Internet más justa. Los proveedores de servicios digitales, por su parte, argumentan que, si tienen que hacer otro pago en una época en donde no están generando ganancia, se ven obligados a dejar de ofrecer sus servicios. En otras palabras, si los proveedores puedan mantener sus servicios, todos ganan: 'la Internet más justa' es una en donde la música se continúe vendiendo. Es así cómo el discurso de 'una Internet más justa para creadores' es apropiada por todas la partes, sin que esto se traduzca en una alineación de intereses.

A estas alturas es difícil ver cómo la CIJP puede lograr su objetivo de crear un derecho de puesta a disposición de REI en la siguiente reforma a nivel europeo, aunque cualquier cosa puede pasar. Su mayor probabilidad de éxito se encuentra a nivel de la OMPI. Su tarea debe enfocarse en buscar mayor unión dentro de los subgrupos de músicos de sesión y artistas destacados, en volcar a su favor el discurso que goza ahora de mucha popularidad de 'una

Fundación Telefónica
Telefónica

Internet más justa' y en refinar su argumento.

Notas

[1] Uso el término inglés *performer* para contrarrestar las implicaciones que vienen con los términos legales (y coloquiales) de intérprete y ejecutante, que refieren necesariamente a una obra antecedente que el músico o la música interpreta o ejecuta. El término *performer*, por el contrario, no excluye la posibilidad de un acto creativo independiente de una obra preexistente.

[2] Véase: AEPO-Artis *et al*. (2015). *Fair Internet for Performers: Questions and Answers* [en línea]. Disponible en: *http://www.fair-internet.eu/campaign-docs/* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[3] Véase: European Commission (2016). *Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on copyright in the Digital Single Market* [en línea]. Disponible en: *https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/proposal-directive-european-parliament-and-council-copyright-digital-single-market* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[4] Véase: Klein, B., Moss, G. y Edwards, L. (2015). *Understanding Copyright: Intellectual Property in the Digital Age.* Los Angeles, California: SAGE Publications.

[5] Véase: Vetulani-C?giel, A. (2015). EU Copyright Law, Lobbying and Transparency of Policy-Making: The Cases of Sound Recordings Term Extension and Orphan Works Provisions. *Journal of Intellectual Property, Information Technology, and E-Commerce Law*, 6. Disponible en: *http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2673596* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[6] Véase: DG INFO y DG MARKT (2009). *Creative content in a European digital single market: challenges for the future; A reflection document of DG INFSO and DG MARKT* [en línea]. Disponible en: *http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2009/content_online/reflection_paper20web_en.pdf* [Consulta: 2016, 28 de noviembre]. / European Commission (2011). *Green Paper on the online distribution of audiovisual works in the European Union: opportunities and challenges towards a digital single market* [en línea]. Disponible en: *http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2011/audiovisual/green_paper_COM2011_427_en.pdf* [Consulta: 2016, 28 de noviembre] / Cavada, J.-M. (2012). *Report on the online distribution of audiovisual works in the European Union (2011/2313(INI))* [en línea]. Committee on Culture and Education, European Parliament. Disponible en: *http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2012-0262+0+DOC+PDF+V0//EN* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[7] Véase: European Commission (2013). *Public consultation on the review of the EU copyright rules* [en línea]. Disponible en: *http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/index_en.htm* [Consulta: 2016, 28 de noviembre]. / DG MARKT (2014). *Report on the responses to the public consultation on the review of the EU copyright rules* [en línea]. European Commission.

CC BY NC ND

Disponible en: *http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/docs/contributions/consultation-report_en.pdf* [Consulta: 2016, 28 de noviembre]. / Dusollier, S. et al. (2014). *Contractual arrangements applicable to creators: law and practices of selected member states* [en línea]. Disponible en: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/493041/IPOL-JURI_ET(2014)493041_EN.pdf [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[8] Véase: *FIM* (2014). *Budapest declaration: performers collaborate fo their proportionate share of revenues* [en línea]. Disponible en: *https://www.fim-musicians.org/budapest-declaration* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[9] Véase: Forde, E. (2014). Beggars Group recalibrates 50 streaming payment to artists and attacks YouTube. *Music Ally* [en línea]. Disponible en: *http://musically.com/2014/04/07/beggars-group-recalibrates-50-streaming-payment-to-artists-and-attacks-youtube/* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[10] Véase: Handke, C., Guibault, L., & Vallbé, J. J. (2015). Is Europe Falling Behind in Data Mining? Copyright's Impact on Data Mining in Academic Research. In B. Schmidt, & M. Dobreva (Eds.), *New Avenues for Electronic Publishing in the Age of Infinite Collections and Citizen Science: Scale, Openness and Trust: proceedings of the 19th International Conference on Electronic Publishing*. (pp. 120-130). Amsterdam: IOS Press

[11] Véase: *Ingham, T.* (2015). 7 ways to fix a broken music business – by the French government. *Music Business Worldwide* [en línea]. Disponible en: *http://www.musicbusinessworldwide.com/7-ways-to-fix-a-broken-music-business-by-the-french/* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

[12] Véase: Group of Latin American and Caribbean Countries (2015). *Proposal for analysis of copyright related to the digital environment* [en línea]. Disponible en: *http://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/sccr_31/sccr_31_4.pdf* [Consulta: 2016, 28 de noviembre].

Fundación Telefónica
Telefónica