

No es por bajar pelis gratis

Que Internet ha cambiado el mundo lo saben hasta los que no lo utilizan. Internet, tal y como fue pensado -y defendido hace unas semanas en Madrid por sus creadores- convierte cualquier contenido en una vulgar copia.

Cada vez que un usuario accede a una página web o visualiza en su navegador una fotografía o vídeo, este se copia de forma automática para permitir su acceso.

La ministra de Cultura, escandalizada por [la facilidad con que en Internet se copia](#), debería aprender de la historia de la humanidad. La copia está en la naturaleza de internet y también en la del hombre. A lo largo de la historia, los humanos han basado su aprendizaje y conocimiento sobre otros humanos. La cultura no sólo se aprende, sino que se copia, se recicla y se actualiza.

El filósofo español, Jesús Mosterín, argumenta en su libro "[La Cultura Humana](#)" que "cultura es todo conocimiento, actitudes y habilidades aprendido por los humanos. La cultura no es un lujo, sino una condición de supervivencia".

Internet ha roto los tradicionales esquemas de comunicación basados en un único emisor y millones de pasivos receptores. Esta circunstancia es mirada con recelo por los gobiernos y la clase política que ven como no son capaces de controlar los mensajes que hasta ahora enviaban a la población a través de los medios.

Por su parte, las industrias culturales, se han convertido en la actualidad en un grupo muy concentrado de poderosas empresas que controlan la mayor parte de las creaciones y catálogos de obras producidas en los últimos 120 años. Estas empresas se dedican a explotar comercialmente estas obras y en crear un modelo basado en la escasez para mantener de forma artificial el acceso a un número limitado de obras. Sólo las más comerciales están disponibles todo el tiempo. La gran mayoría de la producción cultural en el mundo se encuentra descatalogada por no poder obtener con ellas el precio artificial que les han marcado.

Durante el juicio del caso Pablo Soto, los abogados de la acusación plantearon la relación de la música comercial y la copyleft en términos de "relevancia de mercado". De tal manera, que la cultura que no sea relevante en términos de mercado, no merece ninguna consideración por la industria. Es decir, todas las obras que ya no son relevantes desde el punto de vista comercial, se descatalogan, independientemente de su relevancia cultural e interés social.

Con la llegada de Internet, todos los humanos disponen de la herramienta más poderosa que ha existido en la historia para crear y distribuir cultura. En Internet, todos los ciudadanos que escriben en foros, blogs, twitter, suben sus vídeos y fotografías, composiciones musicales, y cualquier otra forma de expresión están creando cultura. Además, la utilización de licencias copyleft, como Creative Commons y otras, permiten otorgar a las obras unas determinadas condiciones de distribución y acceso a las mismas, para que no sea necesario pedir permiso cada vez a su autor para saber que se puede hacer con ella.

Por tanto, la cultura que se realiza en Internet es muy superior a los contenidos creados de forma comercial por las industrias culturales. Pretender argumentar que los contenidos que circulan por la red sólo puede ser posible por estas industrias es como limitar la comunicación humana a la sección de cartas al director de los periódicos.

Las industrias culturales, que basan su modelo de negocio en la venta de copias, consideran que la gratuidad de la cultura, la degrada y sólo hace posible contenidos mediocres. Esta es una visión muy simple de la creación al limitarla únicamente a una actividad económica basada en el margen que les deja la venta de copias.

Un [estudio presentado](#) (PDF) recientemente en [la Universidad de Harvard](#) y no es el primero que concluye en este sentido- considera que compartir ficheros no desanima a los creadores y vuelve a desmontar la falacia repetida como un mantra por la industria de que "cada descarga equivale a una venta no realizada". Cualquier estudio que considere cada obra descargada como una pérdida de ingresos en la cuenta de resultado de una multinacional, está considerando una hipótesis que no se ajusta a la realidad.

El alto consumo de productos culturales motivados por la circulación libre de estas obras ha supuesto un aumento de beneficios procedentes de otras actividades, como las actuaciones en directo. Además, el estudio demuestra que el intercambio de obras incentiva la creación y en consecuencia a la sociedad.

Los autores, como todos los trabajadores, tienen el derecho de vivir de su trabajo y en Internet tienen mil fórmulas para ello. En la música, cada día aparecen nuevas iniciativas como SellaBand.com se multiplica el número de artistas de éxito que abandonan su discográfica para controlar directamente la producción de sus obras. Distribuir gratuitamente una obra no significa que los autores no cobren por sus creaciones. Al contrario, al aumentar el número de seguidores, los ingresos por otras actividades asociadas a sus creaciones también aumentan.

La presión de los lobbys de las industrias culturales obsoletas es tan alto que en muchos países los políticos y gobernantes han dado su visto bueno para perpetuar estos modelos de negocios obsoletos pasando por encima de derechos fundamentales de los ciudadanos. Una aberración política que hay que denunciar con todas las fuerzas.

En España, el artículo 44.1 de la constitución dice que "los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho" mientras que el artículo 18.3 "Se garantiza el secreto de las comunicaciones, y en especial, de las postales, telegráficas y telefónicas, salvo resolución judicial". No vemos a los diferentes gobiernos trabajar en esta línea y si en proteger, [saltándose estos principios](#), los intereses de un sector que como industria no ha sabido adaptarse a los tiempos.

Como hemos visto, no todo el contenido que circula por Internet pertenece a estas empresas, sin embargo, las presiones ejercidas por estos lobbys para salvar a estas industrias puede suponer que Internet tal y como la conocemos deje de existir y se convierta en otra cosa. Internet será lo más parecido a la televisión, donde para emitir hay que tener una licencia otorgada por el poder político y económico. Donde los contenidos que podremos consumir serán realizados por un número limitado de empresas en forma de monopolio, creando de nuevo escasez y artificiales barreras de entradas.

Si miramos al pasado, se parecerá a proyectos lanzados en los inicios de Internet como AOL en Estados Unidos, Infovia en España, Minitel en Francia o incluso a los actuales portales de las operadoras de telecomunicaciones en móviles como E-Moción y Vodafone Live. Jardines vallados, a modo de parques de atracciones, donde una empresa decide sobre los contenidos, su distribución y su acceso. Donde acceder a un sitio puede tener un coste diferente a otro, rompiendo la neutralidad en la red y su libertad de acceso.

El futuro de la humanidad depende de su desarrollo cultural e intelectual, por tanto, es condición necesaria que Internet funcione de forma libre y sin interferencias políticas o de sectores que pretendan perpetuar obsoletos modelos de negocio, y sobretodo, imposibilitar que el saber humano siga siendo libre. No es por bajar pelis gratis, es por nuestra propia supervivencia.

Antonio Delgado

[Caspá TV](#)

Fecha artículo: mié 24 jun 2009 06:30:00 CEST

Cristino Martos, 4
28015 Madrid

Tel 91 540 92 82 Fax 91 548 28 10
comfia@comfia.ccoo.es