

<https://info.nodo50.org/Capitalismo-y-propiedad.html>



Capitalismo y propiedad intelectual, trabajo y derechos de autor - I

- Noticias - Noticias Destacadas -

**HOME TAPING IS
KILLING MUSIC**



Fecha de publicación en línea: SÁbado 2 de junio de 2012

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

El autor plantea que "no es posible un discurso anticapitalista respecto a la propiedad intelectual, ya que los mismos capitalistas pueden estar, de manera esquizofrénica, planteando dos visiones antagónicas de la misma. Un gigante como Sony ganó en los tribunales una demanda histórica interpuesta por la industria de Hollywood, en la que se argumentaba el vídeo doméstico Betamax facilitaba a los usuarios vulnerar la propiedad intelectual y ponía en peligro la industria del cine. Años después Sony lanzaba con IBM campañas contra la piratería musical en Internet..."

Introducción

Vamos a hablar entre otras cosas de capitalismo. Me consta que hay una serie de términos que propician que la gente deje de leer un texto inmediatamente -proletariado o superestructura son dos buenos ejemplos, propiedad intelectual tampoco está nada mal...- pero aún así nos la vamos a jugar con esta terminología. ¿El objetivo de todo esto? intentar abordar la relación de capitalismo, propiedad intelectual, trabajo y derechos de autor en un sólo texto, y desde el punto de vista de la cultura libre y el *copyleft*. Dejamos para otro texto el profundizar sobre inventos, patentes y desarrollo de software, es decir, sobre la relación entre el capitalismo con la tecno-ciencia y la propiedad industrial, que es un campo amplísimo.

El capitalismo es un sistema político, social y económico basado en la libertad de los individuos y la propiedad privada. Este sistema se caracteriza por sufrir enormes y persistentes conflictos sociales en su seno, entre lo que algunas tradiciones como la marxista caracterizan con el nombre de clases sociales. Muy esquemáticamente, vamos a resumir aquí nuestra interpretación de algunas de las ideas clave de Marx, con el objetivo de intentar describir la relación entre el capitalismo y trabajo, para pasar luego a la ambivalente relación del capitalismo con la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Vivimos en una sociedad donde tenemos libertad jurídica individual –se abolió la esclavitud, al menos formalmente– y donde existen las clases sociales. Una de ellas es la capitalista, que posee los medios de producción, y otra clase social es la trabajadora, que posee su fuerza de trabajo. El control de los medios de producción por parte de los capitalistas implica que la clase trabajadora, formalmente libre y con autonomía individual, comercie con su fuerza de trabajo. En el mercado de trabajo las capacidades humanas que son económicamente útiles se venden por parte del trabajador y se compran por parte del capitalista. Estamos ante la base de lo que para Marx era el origen del conflicto social en la modernidad: la mercantilización de algo inmaterial como son las capacidades físicas e intelectuales de una persona, lo que caracterizó en abstracto como fuerza de trabajo.

Mercancías ficticias

Podemos entender la fuerza de trabajo de la misma manera que autores como Polanyi, como una mercancía ficticia –"ficticia" en el sentido que no se rige por las mismas reglas que las mercancías físicas producidas a partir de materias primas-. Con la Revolución Industrial y hasta la aparición del *copyright* no es casual que se produzcan simultáneamente varios procesos, relacionados todos ellos con las llamadas mercancías ficticias.

En Europa a finales del XVIII y principios del XIX se expropiaron y cercaron las tierras comunales, surgiendo la propiedad privada de la tierra. Esto empujó forzosamente al mercado de trabajo (a vender su fuerza de trabajo) a quienes antes practicaban una economía de subsistencia. Se empezó a popularizar el papel moneda, desplazando poco a poco a las monedas de oro y plata. Y finalmente, se apuntala la construcción del actual sistema de

propiedad intelectual -*copyright* en el mundo anglosajón-. Sucedió en el histórico fallo judicial de [Donaldson vs Beckett](#), en el que se reconoció la propiedad intelectual sobre el producto del trabajo cultural, y que además esta propiedad no es eterna (el origen del *copyright* y lo que ahora entendemos por dominio público es común y simultáneo).

La propiedad de tierra, fuerza de trabajo y dinero son tres de los sólidos pilares desde los que se impulsó el capitalismo industrial, que paradójicamente son pilares totalmente inmateriales. Los capitalistas acumulan y especulan con la propiedad de la tierra y el dinero, y los trabajadores venden fuerza de trabajo (física e intelectual). En el seno del capitalismo también hacen también su aparición nuevas mercancías ficticias, relacionadas con el conocimiento, la información o el entretenimiento: son los productos culturales.

Productos Culturales

Estos productos son el resultado del trabajo inmaterial (o trabajo cultural, si se prefiere) de autores o músicos, que son vendidos a capitalistas que los compran y protegen con la propiedad intelectual. Los capitalistas extraen sus beneficios de la propiedad intelectual y mercantilización de productos culturales como son la literatura, el cine o la música.

En este punto queremos alertar sobre el error -muy habitual- de analizar al trabajo inmaterial desde el prisma de la producción de mercancías o bienes materiales de la era industrial. El trabajo inmaterial o cultural tiene una serie de peculiaridades que son el origen de extenuantes discusiones que llegan con enorme vigencia y vigor hasta nuestros días, relacionadas con las características de las mercancías ficticias en general y de los productos culturales en particular. En un delirante artículo para El País a finales del 2010 llamado "[El botón mágico](#)", Javier Bardem argumentaba que:

“Quiero comprar un tomate fresco. Voy a llamar a un verdulero para que me venda uno recién sacado de la huerta. Pero resulta que si doy a un botón en mi ordenador un tomate parecido en sabor y color se instala automáticamente en mi nevera”.

La producción y el comercio de productos culturales difiere totalmente del de los bienes materiales de la época industrial, porque -entre otras grandes diferencias- se da la reducción casi a cero del coste de reproducción. Sin entrar en conceptos económicos como el coste marginal -el incremento del coste cuando se incrementa la producción en una unidad, que con la digitalización tiende a cero-, podemos exponer la diferencia entre material e inmaterial de una manera sencilla. Una canción no se puede gastar o agotar, todos podemos interpretarla eternamente si sabemos la letra y la melodía. En cambio, el papel o el tóner de la impresora por desgracia sí que se agotan si imprimimos muchas partituras.

El diálogo de sordos que se da constantemente en los medios de comunicación en torno a la llamada “piratería” tiene su origen precisamente aquí, por la incapacidad (real o impostada) de comprender y acotar las evidentes e importantes diferencias entre las mercancías físicas e inmateriales. La regulación del comercio e intercambio del trabajo inmaterial relacionado con los productos culturales se hace a través de la propiedad intelectual y los derechos de autor, por lo que serán los temas del próximo apartado.

Propiedad intelectual y derechos de autor

La propiedad intelectual y los derechos de autor responden a la relación entre el capitalismo y el trabajo entendida desde la óptica de las industrias culturales.

- Por propiedad intelectual entendemos a la propiedad del autor de una obra literaria, artística o científica por el

solo hecho de su creación. La propiedad intelectual esta integrada por los derechos de carácter personal (como la autoría) y los de carácter patrimonial.

- Los derechos de autor son el conjunto de los derechos de carácter personal y patrimonial antes aludidos. Son derechos exclusivos concedidos por la ley al autor de una obra para divulgarla, reproducirla, transmitirla, distribuirla... y también para autorizar a que terceros lo hagan bajo determinadas condiciones. Son derechos de dos tipos: morales -la autoría de la obra, el derecho a que ésta no se deforme...- y patrimoniales -relacionados con los aspectos comerciales de las obras-. Los morales son irrenunciables, siempre pertenecen al autor y no son transferibles. Los derechos patrimoniales sobre los productos culturales son con los que comercia el autor.

Resumiendo: los trabajadores culturales tienen una serie de derechos respecto a los productos que crean. En el derecho europeo (y parcialmente en el anglosajón) hay una serie de derechos irrenunciables, los morales, además de derechos de otro tipo (que sí son transferibles) como los patrimoniales. Los derechos patrimoniales son, en definitiva, derechos de carácter comercial y que permiten a los capitalistas su adquisición como si fueran éstos una mercancía más. Que haya dos tipos de derechos -morales y patrimoniales- trazan la línea divisoria entre el trabajo inmaterial o cultural y el trabajo "clásico" en la producción de bienes y servicios.

Haciendo una analogía algo forzada, que los trabajadores culturales tengan derechos morales y patrimoniales sería como si otros trabajadores -industriales o de empresas de servicios- fueran por ley asalariados y accionistas de las empresas en las que trabajaran. Los trabajadores culturales venden su obra y además pueden recibir en el futuro ingresos extra vía derechos de autor, recaudados por las entidades de gestión (hablaremos de ellas más adelante).

No es posible un discurso anticapitalista sobre la propiedad intelectual

Históricamente la propiedad intelectual se ha utilizado para acotar a los productos culturales bajo un régimen de "todos los derechos reservados". Ya saben, el ubicuo aviso en libros, discos y DVDs de "*queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio o procedimiento...*". Esta prohibición se plantea para generar una escasez artificial de los productos culturales, ya que éstos siempre han sido fáciles de copiar y reproducir, y ahora muchísimo más en el seno de internet.

En la escasez artificial de productos culturales subyace la ley de la oferta y la demanda: el poder comercializar productos culturales muy por encima de su valor -hasta un 300% en la época dorada de los CDs-. Si como hemos dicho en un apartado anterior, legalmente el nacimiento de la propiedad intelectual y el dominio público fue simultáneo, sucedió lo mismo con el *copyright* y la piratería, dos caras de la misma moneda. La piratería surge porque es posible extraer beneficios de la propiedad intelectual a costes muy bajos, ofreciendo los mismos productos culturales pero a precios más asequibles (en la actualidad gratis o vía tarifas *premium*), y asumiendo el riesgo legal de vulnerar la propiedad intelectual.

Por tanto, los capitalistas han estado desde el principio ubicados a ambos lados de la legalidad respecto a la propiedad intelectual. Adquieren los derechos patrimoniales de los trabajadores culturales para comerciar o especular con ellos. O bien se apropian y parasitan productos culturales para comercializarlos en ediciones piratas. Sintéticamente, entendemos aquí por ediciones piratas a las ediciones más baratas de las obras sobre las que no se detenta la propiedad intelectual, y de las que el trabajador cultural nunca obtiene ningún beneficio económico directo.

Es evidente que no es posible un discurso anticapitalista respecto a la propiedad intelectual, ya que los mismos capitalistas pueden estar, de manera esquizofrénica, planteando dos visiones antagónicas de la misma. Un gigante como Sony ganó en los tribunales una demanda histórica interpuesta por la industria de Hollywood, en la que se argumentaba el vídeo doméstico Betamax facilitaba a los usuarios vulnerar la propiedad intelectual y ponía en

peligro la industria del cine. Años después, Sony lanzaba con IBM campañas contra la piratería musical en Internet, denunciando lo mismo que hacían los usuarios de su popular vídeo Beta, además de comercializar sus productos con protección anti-copia. Y ya en la actualidad, hay corporaciones como Google que demandan una flexibilización total (desaparición *de facto*) de la propiedad intelectual. Google no tiene en realidad ningún compromiso con la cultura libre: lo que subyace es que sin propiedad intelectual su modelo de negocio (Youtube, Google Books y Google News) se vería totalmente reforzado.