



Ministerio de Cultura,  
Deportes y Turismo



WIPO IOMPI

Con apoyo del Ministerio de Cultura, Turismo y Deporte de la República de Corea, en el marco del Fondo Fiduciario de la República de Corea/Fomentar el respeto por el derecho de autor (FIT/ROC)

© 2015 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

# Sección 1: Las industrias creativas

Antes de analizar las industrias creativas y la economía de tu país, conviene examinar el significado exacto de los términos “industria” y “economía”. Una economía puede definirse como un sistema de transacciones entre consumidores y empresas, de bienes y servicios producidos y distribuidos; abarca diversas formas de patrimonio, como el dinero; los bienes materiales, como la tierra y las mercancías; y bienes intangibles, como acciones en empresas y la propiedad industrial e intelectual. Una industria está integrada por empresas y comercios que venden bienes, servicios e ideas generalmente similares.

Las industrias pueden dividirse en las siguientes categorías:

- **primaria** (extracción de materia prima),
- **secundaria** (procesamiento de materiales o fabricación de productos),
- **terciaria** (prestación de servicios) o
- **cuaternaria** (investigación y desarrollo).

Piensa en un tipo de empresa que corresponda a cada una de estas categorías.

¿Conoces alguna empresa que abarque dos o más etapas de producción?

Cada país tiene características económicas e industriales diferentes. Algunos países dependen de la industria pesada mientras que otros dependen de la industria de los servicios y de la investigación y la innovación para generar ingresos. En la actualidad, hay un mercado mundial para todo tipo de bienes, pero, ¿significa esto que hay una mayor variedad de elección y precios más competitivos? También se presta más atención a MARCAS específicas conocidas en todo el mundo.

## Tarea de investigación: Innovación

---

1. ¿Conoces empresas, productos o ideas de tu país que se conozcan y utilicen en otros países? Haz una lista y compárala con la de otro compañero o grupo.
2. ¿Qué innovaciones han tenido lugar en tu país en los últimos 50 años? Menciona varios ejemplos importantes en al menos tres sectores.

## Sectores creativos

---

En la actualidad, la industria de los servicios, y en particular, la de los servicios financieros, puede representar un gran porcentaje de la riqueza generada por una economía. Sin embargo, en los últimos años las industrias creativas también han desempeñado un papel cada vez más importante. Pero, ¿qué es exactamente la industria creativa y a qué se dedica?

Las industrias creativas abarcan, entre otros, los siguientes sectores:

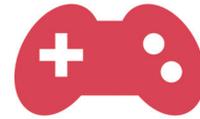
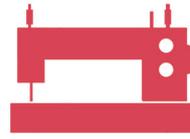
- películas
- música
- diseño
- moda
- videojuegos y programas informáticos
- industria editorial...

# Sección 1: Las industrias creativas

¿ES  
GRATIS?

¿Puedes dar ejemplos de empresas que trabajan en estos sectores? Es probable que tengas que buscar los nombres de las empresas en Internet o en otra fuente.

Además de los mencionados aquí, ¿se te ocurren otros sectores que formen parte de las industrias creativas?



## Ampliación de la tarea de investigación:

---

El objetivo de esta tarea es ofrecer un panorama general de los tres sectores y un conocimiento más detallado de una actividad comercial u organización específicas de tu elección. Por último, tendrás que presentar las conclusiones ante tu clase o grupo.

1. Realiza tu propia investigación de uno de los sectores de la industria creativa mencionados anteriormente. Averigua qué tipo de productos o servicios se crean, el tipo de procesos (y tecnologías) que se utilizan y proporciona ejemplos de empresas dentro de estos sectores.
2. Ahora haz una descripción más detallada de una de estas empresas. Averigua cómo se organiza y qué tipo de empleos ofrece. Piensa también en el modo en que la empresa investiga y desarrolla sus productos, ideas y servicios. ¿En qué se inspiran? ¿A qué mercado está dirigida su actividad?

**¿ES  
GRATIS?**

## Sección 2: Valorar la creatividad

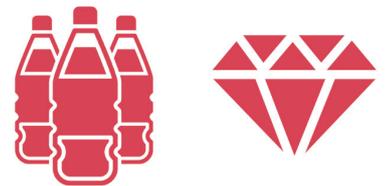
### Los números

---

En el mundo hay millones de personas que trabajan en las industrias creativas. Pero, ¿cuál es el verdadero valor de los bienes y servicios creativos en el mercado?

Para atribuir un valor económico a algo es preciso tener en cuenta dos aspectos: cuánto hay de ese algo y cuánta gente lo quiere. Esto se denomina oferta y demanda. Cuanta más demanda hay de un producto o servicio, en general más elevado será su precio. Algo que no está inmediatamente disponible suele costar más que algo que es fácil de obtener. Piensa en algunos ejemplos para ilustrar estos principios económicos.

Todos necesitamos agua, podría decirse que el agua potable es un bien preciado, pero no hay muchas personas que “necesiten” diamantes: no son fundamentales para la supervivencia. Entonces, ¿por qué los diamantes cuestan mucho más que el agua?



### El precio del arte

---

Los diamantes pueden venderse por sumas de dinero muy elevadas. Lo mismo sucede con las obras de arte, en particular las obras muy conocidas o de artistas famosos. La venta de estos productos obedece al principio de la oferta y la demanda mencionado anteriormente, ¿podrías explicar por qué?

### Subasta de estimación aproximada

---

Las siguientes descripciones están relacionadas con obras de arte reales que se han vendido en los últimos años, a menudo por grandes sumas de dinero. ¿Qué valor atribuirías a cada una de estas obras únicamente en función de la descripción?

- a) Escena bíblica con muchas figuras, 1609 - 1611. Óleo en madera – 142cm x 182cm
- b) Pintura de dos mujeres sentadas frente a un árbol y montañas, 1888. Óleo sobre lienzo – 101cm x 77cm
- c) Retrato de famoso artista de cine de la década de 1950 en el estilo propio del artista, 1964. Serigrafía y acrílico en lienzo – 91cm x 91cm
- d) Pintura de montañas con personas en el fondo, siglo XIV. Tinta sobre papel – 120 cm x 54 cm (Respuestas en el margen inferior)

a) *La masacre de los inocentes*, Peter Paul Rubens, vendida por última vez en 2002 por 76,7 millones de dólares de EE.UU.  
b) *¿Cuándo te casas?*, Paul Gauguin, vendida en 2015 por alrededor de 300 millones de dólares de EE.UU.  
c) *Marilyn turquesa*, Andy Warhol, vendida en 2007 por 80 millones de dólares de EE.UU.  
d) *Refugio de Zhichuan*, Wang Meng, vendida en 2011 por 62 millones de dólares de EE.UU.

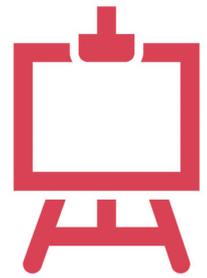
## Sección 2: Valorar la creatividad

¿ES GRATIS?

Los artistas modernos que aún están vivos pueden pedir precios muy elevados por sus obras y aunque las vendan, conservan los derechos de autor. ¿Qué significa realmente ser titular de los derechos de autor de una obra de arte?

Básicamente significa que el artista puede decidir si se realizan reproducciones de la obra y si las imágenes de la obra se pueden utilizar en campañas publicitarias, por ejemplo. Lo mismo ocurre con otros artistas, como escritores o músicos. La persona que compra la obra de arte es propietaria del bien material, no tiene derecho a decidir si se realizan reproducciones de la obra y, en ese caso, cuántas se realizarán o cómo se utilizarán las imágenes de la obra.

Ser titular de los derechos de autor de una obra de arte puede ser muy valioso para un artista cuando otras personas pagan por tener derecho a utilizarla.



### Temas para debatir

---

1. Obviamente los precios que se pagan por las pinturas famosas exceden el costo de los materiales utilizados para hacerlas. Entonces, ¿por qué los compradores pagan esas sumas y cómo crees que justifican estos precios? ¿Consideras que las sumas de dinero abonadas en estos casos reflejan el “verdadero” valor de las obras? Fundamenta tu respuesta.
2. ¿Por qué alguien pagaría una elevada suma de dinero por una obra de arte cuando puede obtener una impresión digital por un precio mucho más bajo?
3. ¿Qué ocurre cuando se revende una obra de arte o cambia de dueño? ¿Crees que los propios artistas deberían obtener parte de las ganancias?
4. ¿Qué ocurre si el artista se vuelve famoso después de su muerte? ¿A dónde crees que debería ir el dinero?

### El costo de las creaciones

---

Una actuación en vivo, como una obra de teatro, un concierto, un festival o un espectáculo de danza suelen tener un precio. El dinero de las entradas se destina a pagar el costo de la actuación, pagar a quienes participaron en la organización y programación de la actividad, así como para ayudar a los organizadores a recuperar los gastos de publicidad.

En algunos espectáculos en vivo se agotan las entradas rápidamente, ya que hay más demanda que oferta de entradas. Sin embargo, en otras ocasiones un espectáculo debe cancelarse debido a que se venden pocas entradas: en estos casos, los organizadores no pueden permitirse realizarlo, dado que perderían dinero

1. ¿Qué tipo de espectáculos tienen las entradas más caras? Haz una lista de espectáculos que se te ocurran.
2. ¿Qué factores tienen en común estos espectáculos? ¿Hay motivos justificados para que tengan precios tan elevados? ¿Hay otros factores en juego?
3. ¿Qué ocurre con los espectáculos gratuitos? ¿Cómo crees que se financian?

## Sección 2: Valorar la creatividad

**¿ES  
GRATIS?**

En algunos casos, los espectáculos se complementan con otras ventas, por ejemplo, se pueden poner a la venta el DVD del concierto o descargas digitales una vez que han terminado las representaciones.

En algunos casos, estas ventas “complementarias” constituyen una mayor fuente de ingresos que el propio espectáculo en vivo.

En las industrias creativas, al igual que en otras industrias, las decisiones que adoptan las personas con respecto a la compra de entradas o de mercadería determinan el valor del producto para el consumidor, tanto si es música, una presentación, una película, una obra de arte o un espectáculo de moda.

### **Tarea: valor del diseñador**

---

Elige una marca de ropa o de calzado de diseñador y busca ejemplos de su publicidad en la prensa, la televisión o en Internet.

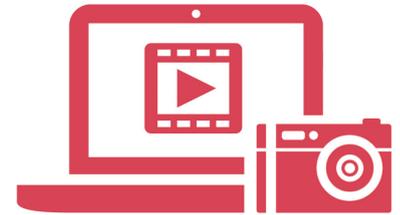
1. Presta mucha atención a la campaña publicitaria: ¿cómo está diseñada para hacer que la gente quiera comprar el producto? ¿De qué modo se representa o exhibe la marca en el anuncio?
2. ¿A qué tipo de personas se dirige la publicidad?
3. Para cada producto publicitado, averigua el precio de venta y analiza si el precio refleja el costo de producción o si pueden existir otros motivos para cobrar ese precio al consumidor.

# Sección 3: Proteger la creatividad

## Cultura digital

---

Actualmente tenemos acceso a una gran variedad de tecnologías que habrían resultado desconcertantes a generaciones anteriores. Gracias a Internet podemos ver, crear y recrear texto e imágenes rápidamente sin pagar demasiado ya que podemos descargar, cargar y compartir contenidos fácilmente. Podría afirmarse que la tecnología facilita la creatividad: por ejemplo, las cámaras digitales y los programas de edición digital han hecho que el arte fotográfico sea más accesible.



Pero, ¿tener una cámara digital convierte a una persona en fotógrafo, o acaso el talento y la técnica sirven de algo? Piensa en las habilidades y la experiencia (por no mencionar el equipo) que necesita un fotógrafo en una sesión fotográfica y comenzarás a notar la diferencia entre un aficionado entusiasta y un profesional con experiencia. Lo que tienen en común es la pasión por lo que hacen. Los profesionales creativos necesitan entusiasmo, vocación y energía para tener éxito.

## Hacer copias

---

Mientras que el precio de las cámaras digitales en la actualidad hace que los trabajos creativos sean asequibles para muchas personas, en el pasado, solamente las personas más adineradas tenían acceso al arte. La realeza, los nobles o miembros de la corte que contrataban a un artista para que pintara su retrato podían recurrir al “retocado” moderno, pidiéndole al artista que ocultara sus rasgos menos atractivos o cambiara su apariencia por completo. Los reyes y las reinas en particular eran muy exigentes con cómo eran representados: controlar su propia imagen era tan importante para las celebridades como lo es ahora. En general, el acceso a la cultura y la educación estaba limitado a los más ricos y más influyente de la sociedad.

Estas restricciones también se aplicaban a la literatura. La creación de las primeras imprentas en Europa en el siglo XV permitió que se realizaran múltiples copias de textos escritos: un gran avance para la difusión de la cultura y las ideas. En Inglaterra, la monarquía no quería que se imprimieran determinados textos, por lo que asumió el control de todas las imprentas, un control que mantuvo durante alrededor de doscientos años. El Rey o la Reina decidían lo que se imprimía (o copiaba) y quién estaba autorizado a hacerlo. Al controlar la imprenta, el monarca que estaba en el poder intentaba controlar la información que llegaba a sus súbditos.

## Debate

---

1. ¿Crees que existe algún paralelismo con la época actual? ¿Determinados grupos o personas controlan lo que la gente ve o escucha?
2. ¿Quién consideras que tiene más control? ¿Las empresas multinacionales? ¿Los gobiernos? ¿Los gobernantes y líderes? ¿O los propios individuos?
3. ¿Crees que la clase social es más o menos importante en la actualidad en lo que respecta a la comprensión y el acceso al mundo en general?

## **Sección 3: Proteger la creatividad**

### **Control del derecho de autor**

---

El Estatuto de la Reina Ana de 1709 fue la primera ley que otorgó al autor de una obra escrita el control de sus copias. Esta ley permitió a los escritores decidir dónde y cómo se reproducía su obra y así obtener más ganancias a partir de ello. El Estatuto explica los motivos por los que se aprobó una ley sobre derechos de autor: evitar los problemas causados por la copia no autorizada, es decir, aquella que se realiza “sin el consentimiento de los autores o propietarios de dichos libros o escritos, para su detrimento y con demasiada frecuencia para su ruina y la de sus familias”; así como para “prevenir, consiguientemente, esas prácticas en el futuro”. La ley tenía el objetivo de “alentar a los hombres letrados a crear y escribir libros de utilidad”. Protegía las obras existentes y fue concebida para proteger la creatividad intelectual de cara al futuro.

En la actualidad, las “copias” de obras originales están disponibles en diversos formatos, como la música digital, los archivos de imágenes y texto, los archivos de películas y el diseño web. Además, estos archivos se pueden manipular y reproducir. Poder copiar es sin duda más fácil, pero tener el derecho de poder copiar la obra de otra persona no es tan sencillo. El creador de una obra original sigue siendo el titular de los derechos de autor de esa obra. Es dueño del contenido y de las ideas. No es propietario de las copias en sí, de modo que un autor es dueño del texto que integra su novela, pero no de todas las copias realizadas de ese libro. Lo mismo ocurre con un músico y sus archivos de música digitales: es propietario de su obra creativa, pero no del objeto que la contiene.

### **Hacer una falsificación**

---

En el mundo del arte, la falsificación es un problema conocido. Un Picasso original vale mucho dinero, una copia no, pero ¿qué ocurre si no notas la diferencia? ¿Y qué hace al “original” más valioso que una falsificación que se ve idéntica? Un problema similar ocurre con el dinero. Las monedas y los billetes tienen valor a cambio de bienes y servicios. En sí mismos no valen mucho. Una moneda de una libra tendría poco valor si no se pudiera gastar. Este valor hace que la moneda sea el blanco de falsificadores que imprimen dinero falso, una actividad delictiva que es problemática para los comercios y los consumidores.

¿Qué ocurre si el dueño de una tienda se niega a aceptar tu dinero porque alguien te ha dado una moneda o un billete falso? No puedes hacer nada. Un reciente estudio ha concluido que 1 de cada 50 monedas de libras en circulación en el Reino Unido es falsa. A mayor escala, este tipo de falsificación puede devaluar una moneda y tener repercusiones económicas. Utilizar dinero falso a sabiendas para intentar comprar bienes es un delito. Tomar algo que es propiedad de otra persona sin pagar es una cosa, pero ¿qué ocurre si se toma algo más abstracto como una idea? Copiar el diseño de otra persona, utilizar una parte de una grabación para incorporarlo en una nueva obra (sampling), utilizar un cuento de otra persona, puede ser problemático, pero los límites no están claros.



## **Sección 3: Proteger la creatividad**

### **Debate**

---

1. ¿Siempre tiene menos valor la falsificación que el original? Puedes dar ejemplos relacionados con el arte o el dinero para explicar tu respuesta.
2. ¿Crees que es posible “robar” una obra creativa? ¿Es más o menos condenable que robar un bien material?
3. ¿Es posible tener una idea verdaderamente original, en particular ahora que los medios de comunicación nos bombardean todo el día con mensajes e imágenes?

### **Las mentes brillantes piensan parecido...**

---

¿Alguna vez te has preguntado cómo es posible que las principales cadenas de ropa tengan estilos y diseños similares? Hay un largo periodo de ejecución entre el diseño de prendas de vestir, su fabricación y su distribución en las tiendas, de modo que no se trata simplemente de copiar lo que tiene la tienda de al lado. En el sector de la moda, los eventos como la London Fashion Week (semana de la moda de Londres) tienen gran influencia en las tendencias de las principales marcas: los diseñadores de renombre exhiben sus últimos diseños mientras que los periodistas de moda y los compradores toman notas y fotografías de lo que han visto. Los estilos, colores, modelos y telas son adaptados y reinterpretados para luego diluirlos y, finalmente, venderlos en las tiendas.

Diferentes marcas siguen tendencias de diseño muy similares al mismo tiempo para todo tipo de productos, desde zapatos hasta reproductores de MP3. La expresión alemana “zeitgeist” resume esta idea en términos del “espíritu característico de un momento determinado”. A nivel consciente e inconsciente, cada uno de nosotros puede estar influenciado por las ideas de otras personas, especialmente ahora que estamos expuestos a diario a miles de mensajes publicitarios en Internet, en las redes sociales, en los carteles, en la radio, la televisión y el cine.

Pero, ¿cuál es el límite entre la inspiración y las simples copias? La posibilidad de que una obra, concepto o diseño creativo que es “propiedad” de una persona sea “robada” por otra es lo que dio lugar al término “propiedad intelectual”. Los conceptos e imágenes pueden tener un valor real para las empresas y las personas, al igual que las acciones o los activos, de modo que parece razonable convertirlos en un tipo de bien que pertenece a un propietario legal.

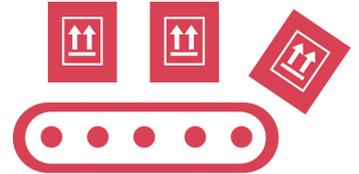
**¿ES  
GRATIS?**

## **Sección 3: Proteger la creatividad**

### **Productos inteligentes, propiedad intelectual**

---

Como habréis visto, la innovación y la creatividad han sido importantes para la economía de muchos países durante mucho tiempo. Las empresas del sector creativo buscan nuevos diseños, nuevos productos y nuevas formas de ofrecer servicios a los consumidores con la finalidad de ganar ventaja en el mercado. Invertir en la investigación y el desarrollo de nuevos productos y servicios también contribuye a que la economía avance, pero es costoso. Cuando una empresa desarrolla un nuevo producto o servicio, lo último que desea es que los competidores comiencen a vender ese nuevo diseño “exclusivo”.



Entonces, ¿cómo pueden las empresas evitar largos litigios con respecto a sus diseños y productos?

### **Tarea de investigación**

---

El sitio web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual contiene mucha información sobre los derechos de autor, los diseños, las marcas y patentes, así como información general sobre P.I. Puedes consultar su sitio web: <http://www.wipo.int>

1. Consulta el sitio web y toma notas sobre los diferentes tipos de protección de la “propiedad industrial e intelectual”.
2. Busca en el diccionario varias definiciones de “propiedad industrial e intelectual”.
3. ¿De dónde provienen los términos “propiedad industrial e intelectual”? ¿Coinciden las diferentes fuentes que has consultado? ¿Cuándo comenzó a utilizarse la expresión?

## Sección 3: Proteger la creatividad

### El robo de grandes ideas

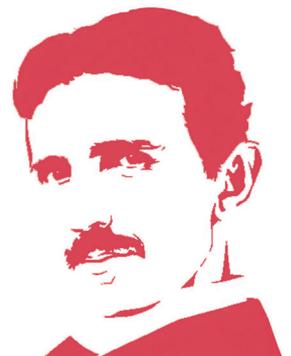
---

En la historia hay muchos casos de disputas de titularidad, doble juego y copia flagrante. Si tienes una idea y la compartes, corres el riesgo de que alguien la robe y la utilice en otra parte. Quizá ya te ha ocurrido de algún modo. Las controversias relativas a la titularidad de las ideas y los productos pueden ser largas y costosas, además de dañar la reputación y las relaciones entre las empresas. La ausencia de una patente o marca válidas también puede impedir que nuevas empresas coloquen sus bienes y servicios en el mercado.

Quizá conoces algún caso famoso de robo de ideas o infracción de derechos de autor. El siguiente ejemplo está relacionado con una controversia que duró casi cincuenta años y solamente se resolvió tras la muerte del inventor:

*El inventor Nikola Tesla, nacido en 1856, realizó cientos de invenciones y patentó muchas de sus ideas. Hoy en día se le reconoce como el primer titular de una patente de tecnología de radiodifusión. Sin embargo, la titularidad de la patente fue disputada durante muchos años por Guglielmo Marconi, que también era un inventor pionero de la tecnología de radio. La Oficina de Patentes de los Estados Unidos reconoció la prioridad de Tesla en 1903, cuando Marconi solicitó la protección del mismo diseño. Sin embargo, posteriormente se atribuyó la invención a Marconi.*

*Se dice que Tesla bromeaba: “Marconi es un buen tipo, permítanle seguir. Está utilizando 17 de mis patentes”. Sin embargo, la controversia se resolvió después de la muerte de Tesla, en 1943: la reivindicación de Marconi fue rechazada a nivel judicial, pero Tesla no llegó a ver el restablecimiento de su titularidad de la patente de la radio.*



### Debate

---

1. ¿Conoces otros casos de robo de ideas o diseños?
2. ¿Qué crees que sucedería si lo mismo ocurriera hoy?
3. ¿Cómo se pueden proteger las creaciones, por ejemplo, una novela o un diseño de prendas de vestir?

# Sección 4: los consumidores digitales

¿ES GRATIS?

## El consumidor digital

---

La forma en que “consumimos” entretenimiento y productos creativos ha cambiado mucho. En los últimos cincuenta años han surgido cada vez más maneras de gastar dinero y de pasar nuestro tiempo libre. El número de restaurantes, bares, pubs y discotecas, multicines y centros comerciales ha aumentado rápidamente en los centros urbanos, por lo que se ofrecen muchas opciones a los consumidores. Además, la amplia disponibilidad de banda ancha a un precio razonable ofrece una gran variedad de posibilidades. Los DVD y la posibilidad de jugar en línea desde casa proporcionan aún más opciones a los consumidores. Pero, ¿por qué estamos dispuestos a pagar por este tipo de entretenimiento? Y, ¿qué efectos ha tenido la revolución digital en la manera que tenemos ahora de consumir productos creativos?

## Entretenimiento en línea

---

Casi la mitad de la población mundial está conectada a Internet. Los usuarios pasan muchas horas al día navegando en busca de información o simplemente por placer, aprovechando la velocidad y facilidad de los servicios en línea. Los usuarios de Internet cuentan con una gran variedad de opciones: desde comprar en línea o utilizar videojuegos interactivos, hasta descargar música, ver películas y programas de televisión en línea. Pero, ¿es únicamente la facilidad de uso y la comodidad de acceder a estos servicios desde el hogar lo que hace que los usuarios prefieran una experiencia virtual antes que una física, o hay otros factores que deben tenerse en cuenta? ¿Es esta atracción hacia lo virtual un fenómeno universal?



## Tarea

---

1. ¿Existen productos o servicios creativos que no podrían ser “virtuales” o que crees que perderían su atractivo si se ofrecieran en ese formato?
2. ¿Quiénes consideras que son los principales destinatarios de las redes de comunicación digital y de los sitios de compra en línea como *Amazon*?
3. Explica si consideras que los siguientes espectáculos pueden ofrecerse de forma virtual (en línea, DVD, etc.) o si hay motivos por los cuales son mejores “en directo”:
  - festival
  - obra musical
  - cine al aire libre
  - desfile de moda
  - obra de teatro
  - exposición de arte

# Sección 4: los consumidores digitales

¿ES GRATIS?

## Derecho de acceso al contenido digital

---

Muchos usuarios desean obtener acceso ilimitado al contenido digital. Algunas personas incluso han defendido que se reconozca el acceso a Internet como un derecho humano fundamental. En 2012, la Comisión Europea publicó un Código de derechos en línea de la Unión Europea (UE), que establece lo siguiente: “Toda persona debe tener en la UE la posibilidad de acceder a un conjunto mínimo de servicios de comunicaciones electrónicas de buena calidad a un precio abordable”<sup>1</sup>. Por lo tanto, el acceso a Internet se ha convertido en una cuestión política, además de personal. Pero, ¿podría afirmarse que es imprudente depender de Internet para tantos aspectos de la vida?

## Temas de debate

---

1. ¿Consideras que el uso de las redes sociales y los foros hacen que nos perdamos las experiencias reales?
2. ¿Estamos poniendo en peligro nuestra protección y seguridad personal al compartir demasiada información en línea?
3. Además, depositamos nuestra confianza en comerciantes digitales que engañan o estafan a los consumidores. ¿Quién debería encargarse de vigilar esto?

## Un negocio arriesgado

---

La seguridad se está convirtiendo en una preocupación creciente debido a que cada vez más personas compran productos y servicios en línea. Aunque las medidas para proteger a los consumidores se actualizan constantemente, aún existen riesgos al igual que ocurre cuando alguien entrega una tarjeta de crédito en una tienda o restaurante.

Los sitios de reventa siempre han aprovechado para hacer dinero en los conciertos, festivales u otros espectáculos al vender entradas a un precio mucho mayor del original, en algunos casos, al vender entradas falsas. Cada verano, una multitud de aficionados a la música pierde dinero por comprar entradas de festivales en sitios web fraudulentos. Cuando no reciben las entradas que compraron, se dan cuenta de que fueron víctimas de una estafa. El problema es que los sitios web falsos parecen legítimos. Los consumidores no pueden distinguir cuáles eran auténticos y cuáles no.



---

<sup>1</sup> <https://ec.europa.eu/digital-agenda/es/code-eu-online-rights>

# Sección 4: los consumidores digitales



## Tarea: derechos en línea

---

1. Además del ejemplo anterior, piensa en otros problemas que pueden encontrar los usuarios de Internet que afecten a la seguridad de su información y de su privacidad personal, así como de la veracidad y fiabilidad del contenido y de los productos en línea.
2. Haz una lista de los “derechos” fundamentales que crees que los usuarios de Internet deberían tener en línea.

## ¿Vigilar la red?

---

Al pasar a la siguiente sección, ten presentes estas ideas:

Internet se expande a diario y sus usuarios son capaces de acceder a un mayor número de datos. El tráfico en Internet sigue aumentando y también lo hace la velocidad con la que funcionan las conexiones a Internet. Pero, ¿pueden los sistemas actuales responder a la constante expansión, o llegará un momento en que alcancen su capacidad máxima? Muchos consumidores dependen del acceso a Internet para realizar transacciones y depositan su confianza, contraseñas y datos bancarios en diversos sitios web. Internet es un sistema mundial y la legislación difiere de un país al otro. Si eres víctima de una estafa en Internet por una empresa extranjera, es difícil que recuperes tu dinero. Así que, ¿debemos proteger a los usuarios de Internet cuando las cosas no salen bien? ¿Qué debería hacer el consumidor para evitar problemas?



# Sección 5: respuestas de la industria



Los consumidores quieren proteger sus derechos; las empresas quieren proteger sus intereses y sus ganancias. Entonces, ¿qué cambios están haciendo estos grupos y los organismos externos para abordar los problemas de la era digital? ¿Solucionan estos cambios los problemas de los consumidores y la industria?

## Estar al día con los cambios

---

A medida que aumentan las opciones para los consumidores y el poder de elección se convierte en una parte integral de la cultura moderna, la industria del entretenimiento está intentando ofrecer contenido en una gran variedad de formatos. Por ejemplo, las cadenas de televisión como la BBC han creado servicios como iPlayer para satisfacer estas necesidades y, en cierta medida, para promover el consumo legítimo de su contenido en línea.



Dado que los programas de televisión tampoco son inmunes a la piratería en Internet, una forma de frenar esta tendencia sería creando una alternativa jurídica. Los recientes recortes presupuestarios también provocaron cambios en la programación, y hay temores de que ya no haya financiación para programas nuevos y originales y que, en lugar de tener programación innovadora, los telespectadores solo puedan ver repeticiones. Pero, ¿a quién le importa realmente proteger la programación original en la televisión, el teatro o el cine?

## Debate

---

1. ¿Debería proporcionarse financiación y protección para las artes creativas?
2. ¿Quién debería encargarse de garantizar que los nuevos talentos creativos tengan la oportunidad de triunfar en sectores como el de la moda, la música, el arte y el cine, entre otros?
3. ¿Deberían hacerlo las propias industrias, los consumidores o los órganos del gobierno?

Para responder a la creciente infracción de los derechos digitales se han creado una serie de organizaciones que representan a las industrias creativas a nivel mundial. Estos grupos colaboran con otras organizaciones (como el gobierno, la policía, los proveedores de Internet) para transmitir sus mensajes.

# Sección 5: respuestas de la industria



## Estudio de caso 1: la industria de la música

---

Los formatos digitales de música han cambiado la forma en que consumimos música y probablemente hayan facilitado la aparición de nuevos grupos musicales. Es muy fácil descargar archivos de música en línea, es cómodo para los consumidores y conveniente para las empresas discográficas y los artistas que reciben algo a cambio, generalmente ganancias, aunque en ocasiones los artistas se contentan con la cobertura mediática y aumentan el número de seguidores.

### Tarea

---

1. ¿Qué fuentes “oficiales” de descarga de música conoces?
2. Consulta el costo promedio de descargar una canción, ¿a dónde crees que va el dinero que pagas por una canción?
3. Proporciona ejemplos de artistas que pusieron su contenido en Internet en forma gratuita. ¿Qué crees que obtuvieron a cambio?

Si bien hay muchas formas legítimas de comprar música en Internet, también hay páginas donde la música está disponible de forma ilegal. Las redes de intercambio de archivos son una de las principales fuentes de descarga ilegal de archivos de música. Pero, ¿qué es lo ilegal de descargar música desde esas fuentes?

Es un problema de derechos de autor. Los artistas que crean música (o sus empresas discográficas) son los propietarios legales de esa música y tienen derecho a obtener ganancias cuando se vende su música, al igual que cuando sus CD se venden en una tienda. Las descargas ilegales suelen ser gratuitas, o si hay un costo, las ganancias no se destinan a los titulares de los derechos de autor de la música. Obviamente, este es un problema para la industria de la música, ya que implica una pérdida de ingresos.

Si bien se han adoptado medidas para reducir la disponibilidad de las descargas ilegales y dar más opciones legales a los consumidores, hay quienes consideran que la música debería ser gratuita y que las empresas discográficas han tardado mucho en adaptarse a los cambios tecnológicos. Pero, más allá de sacar provecho de los derechos de autor de otra persona, las descargas ilegales también pueden generar problemas a los consumidores en lo que respecta al contenido no deseado: los usuarios pueden terminar descargando programas espía o virus en lugar de los archivos de música que deseaban. Por eso, ¿deben ser los consumidores responsables de sus descargas? ¿Debería tratarse como una elección personal o debería existir un órgano externo encargado de regularlo?

En algunos países como los Estados Unidos de América, los principales proveedores de servicios de Internet se pusieron de acuerdo en enviar cartas de advertencia a los clientes que utilizan sitios de descarga ilegal de archivos. Estas medidas fueron publicitadas como una forma de educar a los usuarios de Internet sobre la infracción de los derechos digitales. Los titulares de derechos de autor y las empresas proveedoras de servicios de Internet también afirmaron que harían lo posible para garantizar que los usuarios tengan alternativas legítimas. También hubo propuestas de retirar la conexión a Internet durante un período a los usuarios que sigan infringiendo derechos de autor tras haber recibido tres cartas de advertencia. Estas políticas se han aplicado en Francia y la República de Corea.

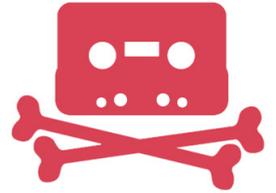
# Sección 5: respuestas de la industria

¿ES GRATIS?

## Equilibrio de derechos: usuarios digitales y productores creativos

---

Los medios de comunicación han mostrado mucho interés por las medidas para hacer frente a la piratería en Internet. A continuación se ofrece un resumen de algunas respuestas de individuos y grupos de consumidores a quienes preocupan estas medidas.



### Tarea

---

1. Lee los siguientes argumentos en contra de vigilar las descargas ilegales. ¿Crees que se ofrecen argumentos válidos en cada caso?
2. ¿Qué crees que responderían a estos argumentos los titulares de derechos de autor y los proveedores de servicios de Internet? ¿Qué garantías crees que quisieran tener los usuarios de Internet?
  - a. “Los usuarios deberían elegir libremente qué sitios utilizan. Si desean utilizar sitios legales o ilegales, es su elección, no la del Estado ni la de los proveedores de servicios de Internet.”
  - b. “Vigilar la actividad de descarga de las personas es llevar la “sociedad de vigilancia” demasiado lejos: las actividades cotidianas de las personas no deberían ser objeto de vigilancia y control permanentes.”
  - c. “Estas propuestas tratan a los usuarios de Internet como delincuentes, ¿es este realmente el modo en que los proveedores de servicios de Internet ven a sus clientes?”
  - d. “Este sistema genera costos injustos a los proveedores de servicios de Internet. No deberían importarles los intereses de las grandes empresas de entretenimiento.”

## **Sección 6: ¿Un futuro perfecto?**

Las personas quieren tener acceso a los contenidos y, a la vez, mantener su privacidad; las empresas quieren tener clientela y proteger sus ganancias; los titulares de derechos creativos quieren vivir de sus obras. El conflicto entre los intereses de los consumidores y de las grandes empresas, y el equilibrio entre la titularidad y la privacidad parecen reflejar posiciones consolidadas en el debate público, pero ¿se trata de falsas dicotomías creadas por los medios de comunicación? ¿De qué modo crees que se pueden resolver estos conflictos? ¿Cómo se ha de proceder con respecto a las cuestiones relacionadas con los derechos digitales?

### **Compartir productos creativos: consulta y examen**

---

Los derechos de autor fueron creados para reglamentar la reproducción de obras impresas (véase la Sección 2). Al principio fue una forma de controlar quién podía imprimir qué, pero con el paso del tiempo se convirtió en un medio en que las personas y las empresas podían obtener ganancias a partir de la creación de obras originales. En la actualidad, los derechos de autor constituyen una importante preocupación de una gran variedad de sectores creativos, desde las artes visuales, pasando por las películas, la televisión y la música, hasta la informática e Internet. ¿Cómo se ha adaptado la legislación de derechos de autor al clima tecnológico actual y a las posibilidades de producción y reproducción, que no dejan de evolucionar?

### **¿Alternativas a los derechos de autor?**

---

No todo el mundo está de acuerdo en las cuestiones relativas al derecho de autor y a la propiedad intelectual. En esta sección, conocerás algunas de las alternativas que se han propuesto al tradicional derecho de autor. Piensa en los motivos que hay detrás de algunas de estas ideas propuestas. Tu opinión será muy útil para realizar los ejercicios al final de este cuadernillo.

### **Open Rights Group: ¿protección de los “derechos digitales”?**

---

Open Rights Group (ORG) es una organización no gubernamental (ONG) fundada en 2005 que, al momento de finalizar esta publicación, estaba integrada por 1.000 miembros. Cualquier persona puede suscribirse a ORG (mediante el pago de una cuota). El grupo publica sus objetivos y campañas actuales en su sitio web: <http://www.openrightsgroup.org/>. Lee la siguiente información extraída de su sitio web y responde a las preguntas:



*Quiénes somos*

*Los políticos y los medios de comunicación no siempre entienden las nuevas tecnologías, pero igualmente comentan y legislan al respecto. El resultado puede ser un periodismo mal informado y legislación peligrosa.*

**¿ES  
GRATIS?**

## Sección 6: ¿Futuro perfecto?

*Open Rights Group es una organización tecnológica de base cuya finalidad es proteger las libertades civiles contra la mala aplicación y reglamentación de la tecnología digital. A estos derechos los denominamos “derechos digitales”.*

1. ¿Qué opinas sobre el lenguaje utilizado en este breve fragmento? ¿Qué efecto crees que este lenguaje desea tener en los lectores?
2. ¿Cómo se compara a los puntos de vista de grupos creados por o en asociación con las industrias creativas?
3. ¿Quiénes crees que son los destinatarios de este grupo? Visita su sitio web y examina sus campañas y actividades para poder responder la pregunta.

### Código Abierto

---

Otro movimiento a favor de abrir posibilidades es la Open Source Initiative (iniciativa para el código abierto). El código fuente es la esencia de los programas informáticos, es la serie de instrucciones para un programa informático (o videojuego o aplicación de una red social como Facebook). Las licencias de código abierto permiten a los usuarios descargar los programas de otras personas en forma gratuita y realizar los cambios que deseen sin tener que pagar ni pedir permiso al autor original del código.



El código abierto se diferencia de los códigos fuente de programas informáticos comerciales, que no pueden obtenerse en forma gratuita para adaptar o ajustar. Los usuarios deben pagar licencias para utilizar los programas informáticos comerciales, que generalmente incluyen actualizaciones para mejorar su funcionalidad o resolver problemas que no se pudieron resolver cuando se publicó el programa. La licencia de utilización de un programa informático generalmente no otorga acceso al código fuente y, por consiguiente, no permite al usuario realizar cambios.

Lee la siguiente información del sitio web de la Iniciativa de la Open Source Initiative:

*Open Source (código abierto) es un método de desarrollo para programas informáticos que se apoya en la combinación del examen que de un mismo tema realizan varios expertos y en la transparencia del proceso. La fuente abierta fue creada para brindar mejor calidad, mayor fiabilidad y flexibilidad a un costo más bajo y poner fin a la dependencia de un solo vendedor depredador.*

*La Open Source Initiative (OSI) es una entidad sin ánimo de lucro para promover e informar acerca de los beneficios del código abierto y propiciar el acercamiento entre los miembros de la comunidad de código abierto.*

<http://www.opensource.org>

## Sección 6: ¿Futuro perfecto?

### Debate

---

1. Es este el futuro deseado para la industria de los programas informáticos, o crees que los programas informáticos comerciales son mejores que los diseñados por individuos?
2. ¿Deberían los fabricantes de programas informáticos comerciales cambiar el modo en que obtienen licencias para sus materiales o cambiar el precio de sus productos?

Los creadores de programas informáticos de código abierto pueden proteger sus derechos con respecto a los productos que crean mediante un proceso conocido como licencias de *Creative Commons*.

### Creative Commons

---

Se trata de un sistema flexible para obtener licencias de obras creativas y establecer las condiciones para que otras personas puedan utilizar esas obras. Este sistema permite que los productores compartan sus obras creativas, mientras se protegen contra la explotación de sus ideas. Se puede acceder a las licencias de *Creative Commons* en Internet en forma gratuita. Lee la siguiente información extraída del sitio web oficial de *Creative Commons* en el Reino Unido: <http://www.creativecommons.org.uk/>

### ¿cuáles son las ventajas de utilizar creative commons?

---

*Algunas buenas razones para utilizar licencias y contenido Creative Commons  
Compartir, reutilizar y mezclar –legalmente.*



*Licencias de Creative Commons*

*Creative Commons ofrece herramientas gratuitas a autores, artistas y docentes para proteger su creación en el marco que ellos deseen. Nuestras herramientas sustituyen “Todos los derechos reservados” por “Algunos derechos reservados”, según decida el creador. Somos una organización sin ánimo de lucro. Todo lo que hacemos, con inclusión de los programas informáticos que desarrollamos, es gratis.*

Los usuarios pueden elegir entre una serie de licencias que deseen aplicar a su obra y de ese modo controlar en qué medida otras personas pueden utilizar o adaptar su obra y estipular si se los debe reconocer por ella. Las licencias de Creative Commons se basan en los derechos de autor, pero el sistema permite a los autores otorgar permisos generales para el uso de sus obras.

## Sección 6: ¿Futuro perfecto?

La empresa de diseño de prendas de vestir *Pamoyo* ha utilizado la licencia *Creative Commons* en sus productos. Este tipo de licencia permite a los usuarios descargar los diseños de prendas de vestir de la empresa para recrearlos o adaptarlos, siempre y cuando los pongan a disposición de otros usuarios en las mismas condiciones. Se pueden descargar algunos modelos de los diseños de prendas de vestir de *Pamoyo* de su sitio web. Se alienta a los usuarios a utilizar el modelo básico para que diseñen prendas de vestir para su uso personal, añadan ideas y cambios personales, y los compartan una vez que hayan terminado. Se trata de un enfoque interesante en la industria de la confección, en que los diseños y modelos suelen protegerse celosamente. Puedes encontrar más información y ejemplos de los diseños en el sitio web: <http://www.treehugger.com/sustainable-fashion/first-eco-fashion-label-under-creative-commons-license-promises-creativity-and-sustainability.html>

**Taller**

---

**Nos complace publicar el primer modelo de la colección *Styled With Heart***

**Camisa Deluxe**

Descargue el modelo aquí en formato pdf o jpg.

Se puede imprimir el modelo en una impresora normal A4. Los comentarios serán bienvenidos. Si realiza creaciones propias basadas en este modelo, nos encantaría ver los resultados.



## Tarea

1. ¿Por qué crees que esta empresa de moda decidió hacer disponibles sus diseños a través de la licencia de *Creative Commons*? Visita su sitio web para conocer mejor cómo funciona esta empresa creativa, teniendo en cuenta sus valores comerciales, sociales y culturales.
2. *Creative Commons* fue fundada oficialmente en 2001. ¿Qué avances digitales crees que han tenido lugar desde entonces? ¿Consideras que dentro de diez años esta podría seguir siendo una solución? ¿Resistirá el paso del tiempo?
3. ¿Crees que la tecnología y la legislación brindarán soluciones a los problemas relacionados con los derechos creativos y las responsabilidades digitales, o consideras que se debe alcanzar un equilibrio a través de un cambio de actitud o de la educación?