

## ENTREVISTA

# Propiedad intelectual: Una nueva visión

Sus opiniones no pasan desapercibidas. Tampoco su 'look' informal ni su buen humor. Es un PhD con arete en la oreja, un joven mayor con verbo ilustrado. De estudiar a poetas imprescindibles como Vicente Huidobro y teorizar sobre la representación, ha pasado a investigar la infraestructura que hace posible la producción y el consumo cultural: propiedad intelectual, nuevas tecnologías, circuitos de distribución, formas de financiación, acuerdos de libre comercio, políticas y leyes de fomento. Ahora que se discute la creación de un nuevo ministerio, conviene prestarle atención a sus ideas sobre cómo gestionar con profesionalidad e imaginación el sector cultural.

**¿El éxito de las empresas de Hollywood, entre otras que dominan los mercados globales de la cultura, se debe solo a su competitividad?**

Como sabemos, existen industrias cinematográficas como la india o la nigeriana que producen muchas películas al año. No obstante, el cine estadounidense se lleva el 80% de las ganancias mundiales. Los circuitos de distribución y exhibición están monopo-

**Economía de la cultura.** George Yúdice, es una referencia obligada en la gestión y política cultural en todo el mundo. Profesor de las universidades de Nueva York y Miami, estuvo en Lima para dictar un curso en la Maestría de Estudios Culturales de la Universidad Católica.

✦ SANTIAGO ALFARO ROTONDO



LORENA NOBLECILLA

lizados por las empresas de Hollywood. Esta situación no ocurrió naturalmente; fue promovida a través de marcos legales y tratados de libre comercio beneficiosos para esas corporaciones. La oficina del Departamento de Comercio defiende siempre el régimen del copyright para la industria audiovisual estadounidense.

**¿Cuál es la relación entre propiedad intelectual y comercio de bienes y servicios culturales?**

Las sedes de estas empresas, están en Nueva York, Londres o Tokio. El derecho de propiedad intelectual garantiza que todas las ganancias fluyan de vuelta a esos centros. Según la Asociación Costarricense de Autores y Compositores Musicales (ACACM), solo el 5% de la música difundida en radio es de Costa Rica. Por lo tanto, el 95% de las regalías van a parar a otros países como EE.UU., México o España. Se ha generado una nueva división internacional del trabajo cultural que consiste en controlar el proceso de producción y acumulación de capital local a través de la posesión de los derechos de propiedad intelectual desde fuera.

**Considerando la expansión de las tecnologías digitales, ¿qué alternativas existen para corregir estos desequilibrios?**

Si uno no quiere abandonar los derechos de autor y el copyright, hay que modificarlos. La propuesta de Creative Commons va en ese sentido. Sus licencias ofrecen, a los autores que no quieren ser sujetos de lucro de las grandes empresas, poder renunciar a uno o a todos sus derechos. Pero eso no resuelve el problema; tiene que haber una transformación universal del régimen de propiedad intelectual.

**¿Habría que reducir los años de monopolio de los autores para acelerar el paso al dominio público?**

Quien tiene el monopolio no son los autores sino las empresas que compran los derechos y luego lucran con ellos hasta por un período de 90 años después de la muerte del autor. Por tanto, muchos autores están buscando alternativas a ese monopolio. La cantante brasileña Marisa Monte, por ejemplo, ha decidido dejar de grabar discos. Para ella tiene más sentido hacer conciertos o canalizar los ingresos de otra

manera. El futurista Gerd Leonhard plantea que cada usuario pague por su acceso a la música vía Internet. Las canciones podrían descargarse a tarifa plana desde portales financiados por la publicidad que —eso es lo interesante— eliminarían a los intermediarios.

**¿Cómo se puede promover otras actividades culturales, que no fluyen por Internet, a través de las políticas públicas?**

El otro sector de la cultura que es distinto al de la música grabada, la programación televisiva o el cine es el de los festivales. Hay muchas ciudades en las que existen actividades donde la gente produce sus disfraces y su comida típica. Los festivales tienen que mantener su valor para la comunidad y deben ser gestionados por sus propios creadores. Una manera de hacerlo es otorgando créditos, préstamos o subsidios a las organizaciones comunitarias o mypes que operan allí.

**En el Perú aún resulta difícil imaginar que el Estado implemente ese tipo de políticas. ¿Qué estrategias han tenido agrupaciones cultu-**