

APROPIACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES EN LA WEB INFRINGIENDO LOS DERECHOS DE AUTOR

Publicado año 2017



Autores:

Daicy Celiani Echeverri Castillo
Comunicadora Social para el
Desarrollo

Alex Mauricio Rodríguez Suárez
Economista UIS en formación

www.primernombre.com

Resumen

Este artículo analiza los cambios en los derechos de propiedad como consecuencia de las transacciones en internet, especialmente discutiendo las infracciones de los derechos de autor. La capacidad del hombre de ser oportunista ha encontrado en la web una estructura de negocio. Pasaremos por varias etapas de estudio, en la primera se identifica el problema, en donde se observa el comportamiento oportunista de millones de internautas, que alteran el esquema habitual de apropiación privada del conocimiento. En la segunda etapa, se aprecia el fenómeno de la expansión de la publicidad en Internet que en el proceso y en su afán conlleva a ser un potencial financiador de la ilegalidad, se arguye que la facilidad de apropiación de activos intangibles mencionados como “espacios publicitarios” incentiva la infracción de los “derechos de autor”. Y en la última etapa se hace una conclusión de cómo podría funcionar el sistema tradicional en beneficio a los derechos de propiedad sobre activos intangibles para que no exista ilegalidad. La transformación de la teoría de los derechos de autor es vital para incentivar la innovación, pero la creatividad se bloquea por grandes emporios que quieren controlar el sistema de información, pero en internet al vulnerar estos derechos la ley al no haber evolucionado en derecho internacional es ineficaz, sólo hay presión interna que pretenden sostener el mismo modelo económico con el ánimo de captar mayor excedente al consumidor, al ejercer un monopolio en la cadena de producción.

Códigos JEL: D23, K11, O34

Palabras claves: Derechos de propiedad, transacciones, comportamiento oportunista, publicidad en internet.

Comportamiento Oportunista

En la identificación del problema de infracción de derechos de autor, se observa de manera evidente el comportamiento en ascenso del oportunismo de millones de internautas, que alteran el esquema habitual y legal de apropiación privada del conocimiento. Se quebrantan las leyes de propiedad intelectual para generar ganancias por prestar el servicio de acceso al archivo de contenido almacenado de manera arbitraria. Desde la otra parte vemos como las personas aceptamos estas acciones incorrectas y hacemos uso de estas ofertas que son estos archivos, contribuyendo a que suba la demanda de información ilegítima y de esta forma se vuelva inevitable que se sigan presentando estos hechos delictivos.

Partiendo del principio que el objetivo de las firmas incluyendo aquellas que solo funcionan en el espacio virtual, es la generación de beneficios vía producción de bienes y servicios, nos centramos en las reflexiones de grandes analistas sobre las características internas de las empresas, en las que se incluyen: Estrategias de producción, sistemas de comunicación y modelos administrativos. Además que han observado detalladamente sus funciones de costos, ya no solo de producción sino también aquellos que no están directamente relacionados con el sistema de precios. De allí se ha determinado la existencia de costos de transacción (williamson et al. 1991), los cuales los podemos dividir en tres etapas. En la primera son los costos en los que incurre una firma en la búsqueda y evaluación de información que le permitan identificar oportunidades para obtener ganancias, luego los costos relacionados con los procesos, tramites y negociaciones necesarias para ejecutar lo propuesto y por último los costos relacionados a sucesos inesperados después de la firma del contrato o transacción.

Dentro de estos fundamentos nos planteamos la siguiente pregunta ¿Qué es lo que incentiva la ilegalidad en internet?, primero que todo tengamos claro que la producción de un bien de información de alta calidad y que pueda ser útil y a su vez llevarlo al mercado, implican elevados costos de producción dentro de un sistema empresarial, por lo tanto la aparición de Internet facilita la reproducción y difusión de contenido no legal, lo que significa que este hecho rompe y transforma las estrategias de comercialización convencionales de estos bienes por parte de las firmas. Las empresas buscaran la mejor forma de alcanzar las máximas utilidades influido por un comportamiento oportunista, por esta razón el hombre tendrá distintas reacciones dependiendo de qué tan pertinentes sean las decisiones de los gerentes ante este nuevo cambio.

Dado el cambio tecnológico que ha venido experimentado la sociedad desde la digitalización de la información, empresas como MegaVideo que permitían al usuario común subir a internet contenido sin pasar por el filtro de verificación de su legitimidad, hizo que aconteciera el cierre y bloqueo de la compañía por parte de las corporaciones que se veían afectadas por esta situación, respaldadas por la ley de Estados Unidos. Este hecho en un principio logro que muchos portales que

prestaban servicios similares, desaparecieran material alojados en sus portales que violará los derechos de autor, pero la gran demanda por parte de los usuarios que exigían contenido gratuito sin importar su proveniencia o la legalidad, llevó al crecimiento exponencial de otros sitios web que brindaban contenidos parecidos a megavideo. Así que en vez de acabar con la ilegalidad como se pretende, el efecto que se produce es inverso y se denota la tendencia de multiplicidad de los portales web ilegales, lo que significa que cuando se cierra un gran monopolio de este tipo, hay oportunidad de otras páginas menores de crecer, y lo que se logra realmente con esta acción es eliminar las barreras de entrada a este mercado permitiendo la proliferación de la competencia.

Teniendo presente que los bienes de información son fáciles de reproducir y distribuir ya que sus costos marginales se han reducido prácticamente a cero por el avance tecnológico (shapiro et al 1999). En el caso de un libro o una canción el cuál vale producirlo, pero al existir la posibilidad que se puede copiar o subir a internet, se presenta el factor que altera el esquema regular de producción, es la muestra evidente del comportamiento oportunista y es por eso que los individuos buscan satisfacer sus deseos, con los menores precios posibles que les otorgue el mercado, que en muchos casos son nulos, a pesar que lo que estén haciendo sea un acto delictivo.

Con la llegada del internet y las telecomunicaciones se generó un virus llamado “sobresaturación de información” como consecuencia de esta circunstancia se ha permitido romper las barreras geográficas y lograr interconectar a la sociedad, pero la existencia de esta información no implica la legitimidad de la misma. Si en algún país, alguna persona o grupo de personas logra “piratear” una película o una canción, esta copia ya sea de calidad igual o inferior a la original implicara que será fácilmente retransmitida a través del globo, concluyendo así en una reducción de las utilidades de la firma.

Es por ello que los derechos de propiedad se alzan en defensa de los imperios empresariales que invierten gran cantidad de dinero en costos hundidos para producir un bien de información de alta calidad. Sin embargo las personas crean un habito de infringir la ley formando una institución (Johnson 1992) en el hombre que piensa que hacer caso omiso al copyright es lo que se debe hacer, así las reglas sociales digan lo contrario. Pero no siempre es de esa forma. Cuando una compañía es capaz de enfrentar los riesgos y las oportunidades que brinda el internet esta será capaz de brindar el mejor servicio posible impidiendo que la ilegalidad afecte los resultados de la firma, Grooveshark es una prueba de ello, artistas independientes o disqueras están utilizando esta plataforma para captar de forma legal a sus usuarios y así poder generar beneficios.

Estrategia de financiación de la ilegalidad

La expansión de la publicidad en Internet que en el proceso y en su afán conlleva a ser un potencial financiador de la ilegalidad, se arguye que la facilidad de

apropiación de activos intangibles mencionados como “espacios publicitarios” incentiva la infracción de los “derechos de autor”

El éxito de la existencia de una institución transnacional basada en infringir derechos de autor se debe a la existencia de este material fraudulento en internet, pero lo que lleva al individuo a crearlo es la satisfacción de una necesidad, entre ellas encontramos el gusto por compartir una experiencia o el deseo de ir en contra del sistema, sin embargo la principal necesidad que se ha creado en los individuos es dedicar y enfocar sus esfuerzos en generar lucro el cual no difiere si es este lucro basado en el engaño a las normas sociales llamadas copyright o es una idea limpia de engaños.

En ese afán de alcanzar beneficios quien abre las puertas a la mayoría de los propietarios de páginas web es la publicidad, la cual se identifica como principal financiador de las ideas que surgen frecuentemente en internet, las empresas encantadas de mostrar sus productos para aumentar sus ventas y mejorar sus ingresos, no reaccionan ante el mal necesario que le ejercen a la compañías propietarias de los derechos de autor. Un individuo fácilmente puede hacerse de un espacio en la web pero lograr que este llegue a miles de usuarios es un proceso mucho más complicado, existen dos formas claras para lograr el éxito en internet, primero es facilitar a los usuarios la obtención de productos que otras compañías han creado a un costo menor casi cero y la otra es brindar un servicio de alta calidad que otorguen alta utilidad a las personas pero que a la larga será copiado.

Es por ello que la posibilidad de apropiación de un activo intangible (Dapena 2001) que acá denominaremos espacio publicitario, depende de a cuantas personas puede llegar y para lograrlo el camino más fácil y competitivo es la difusión de material que viola los derechos de autor. Las empresas solo invertirán en publicidad si esta puede generar un impacto en ventas, y los espacios publicitarios generaran beneficios solo si logran este objetivo.

Sin embargo la compañías propietarias del copyright también pueden sacar provecho de la publicidad, los principales medios escritos han decidido enfocarse a brindar su información a través del internet sin temor a disminuir sus ventas o ingresos, al contrario ven una posibilidad de aumentarlas. Versionar y segmentar sus productos les han permitido capturar mayores excedentes de sus consumidores. La estrategias de costo por mil impresiones (CPM) o el costo por click (CTC) logran que los anunciantes puedan establecer su presupuesto dado los resultados esperados, además los costes pueden variar si se desean características específicas en los anuncios, como la ubicación demográfica o inclusive en casos como facebook puedes elegir la edad del consumidor.

Actualmente existen dos formas para conseguir las empresas que estén dispuestas a pautar en internet, por medio de intermediarios los cuales se encargan de crear campañas y pagan un excedente a quienes hagan parte del programa, tal es el caso de google adsense o infolink, empresas dedicadas a captar ingresos por publicidad

que luego transmiten en páginas que no son de su propiedad. O por medio del marketing directo en el que se logra que un anunciante pague en una página específica con condiciones más personalizadas, evidenciando que la compañía obtiene más beneficios al controlar los derechos residuales generados por la apropiación del sistema de venta de publicidad en función de maximizar los intereses de las compañías productoras de bienes de información, resaltando las mayores utilidades realizar un proceso de integración vertical (Grossman et al. 1986).

Quienes realizan una u otra opción dependen de la actividad a la cual se dedican, generalmente aquellas que producen su propio contenido o brindan un servicio especial se esfuerzan por consolidar un equipo de marketing. Los periódicos que han sido llevados a internet suelen vender ellos mismo su publicidad y captar todo el beneficio.

Sin embargo en el segundo aspecto las compañías dedicadas a compartir información o reproducirla tienden a utilizar intermediarios, imgru.com es una página que permite a sus usuarios compartir fotografías profesionales a cambio Imgru.com utiliza anuncios de google para generar beneficio otro ejemplo son los foros como laneros.com que también funciona con empresas intermediarias. El problema nace cuando los intermediarios no ponen restricciones a sus vinculados para publicistas y entonces páginas con contenidos ilegales son capaces de generar ingresos y continuar un proceso de ilegalidad.

Soluciones a la ilegalidad en Internet

Hacer que el sistema económico sea factible y productivo para las compañías que pretenden expandirse a lo digital es vital, para ello es de gran importancia transformar positivamente los comportamientos de los internautas hacia la legalidad y que su preferencia se oriente hacia ella. Es necesario tener como una de las estrategias de incorporación la capacitación en primera instancia de diversos profesionales en todos los aspectos relacionados con la Gobernanza de Internet. Como segunda medida instruir a las personas que encuentren en el internet una herramienta ya sea de entretenimiento, académica o social desde una perspectiva global sobre los derechos de propiedad internacional y la importancia de no irrumpirlas, además de cambiar el concepto que respetar las leyes no es necesariamente significa restricción de contenido sino emplear estrategias legales para acceder a él. Además es vital sensibilizar sobre el porqué de la necesidad de estas medidas.

Sin embargo para que esto se pueda cumplir las firmas deben adaptarse a nuevas estrategias de mercado en las que puedan competir con la ilegalidad ofreciendo mayores incentivos a los usuarios. Otorgar muestras gratis para captar la atención de los usuarios es fundamental, tal como lo ha logrado nexflix al otorgar un mes gratis de sus servicios de televisión por internet, en que luego sus usuarios terminan adquiriendo planes de suscripción además versionar sus productos les permiten

llegar a distintos tipos de usuarios con disposiciones a pagar más altas, alcanzando así mayores beneficios.

Entonces con estrategias que sea capaz de competir con servicios ilegales y que maximicen las ventajas que brinda los avances tecnológicos se puede reconvertir el comportamiento social en pro de salvaguardar los beneficios sociales que generan los derechos de propiedad.

Referencias

- Williamson, Oliver. Winter, sidney. 1991. The nature of the firm: origin, evolution and development
- Shapiro, Carl. Varian, Hal, 1999. El dominio de la información, una guía estratégica para la economía de la red
- Johnson, Bjorn. 1992. Aprendizaje institucional, en: Sistemas nacionales de innovación
- Dapena Fernandez, jose pablo, 2001. Apropiabilidad de activos y derechos de propiedad
- Sanford J. Grossman, Oliver D. Hart. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration in: The Journal of Political Economy, Vol. 94, No. 4 (Aug., 1986), pp. 691-719