



El mercado negro de la música

Las nuevas tecnologías y la proliferación de Internet se han convertido, paradójicamente, en el caldo de cultivo idóneo para el nacimiento de un suculento mercado negro de productos audiovisuales que afecta a todos los formatos conocidos. El negocio de casetes, CD y DVD reproducidos de forma ilegal ha desbordado incluso las previsiones más pesimistas de productoras y artistas. La piratería musical duplicó sus ventas entre 1999 y 2002, año en el que consiguió colocar 1.100 millones de copias en todo el mundo.

DIEGO HERRANZ

La factura que esta práctica lacarreca a la industria discográfica es significativa. Sólo el pasado ejercicio las ventas legales descendieron un 9 por ciento y se desplomaron por debajo de los 30.000 millones de dólares.

El pulso entre los 'top manta' y la industria discográfica está servido y no tiene visos de remitir en los próximos años. La venta de música en el mercado negro se ha convertido en un fenómeno universal, que afecta por igual a países indus-

trializados y economías emergentes. La permisividad legal ampara una práctica cada vez más usual entre los consumidores de todos los rincones del mundo, que han encontrado en el avance tecnológico –los reproductores musicales– y en la proliferación de Internet –que ofrece la posibilidad de 'bajar' música desde la Red–, el escenario propicio para incrementar sus fonotecas personales y para crear una suculenta economía sumergida. A esta tendencia se han apuntado al unísono las organizaciones mafiosas y las sociedades empre-

sariales clandestinas, artífices de un negocio de falsificaciones que en 2002 logró superar los 1.100 millones de copias en ventas. Todo ello ha sumido a la industria discográfica en una prolongada crisis.

ALARMA EN EL SECTOR

Según datos de la consultora musical Informa Media, la facturación de las compañías discográficas cayó un 9 por ciento el pasado año, hasta los 28.200 millones de dólares y sus pronósticos vislumbran otro notable descenso para este ejercicio. Sus previsiones hablan de unos

ingresos de 27.400 millones de dólares en 2004 y anticipan que la consolidación de la industria no llegará antes de 2008, año para el que predicen unas ventas de 32.000 millones de dólares. La esperanza de recuperación de los expertos de esta consultora reside en que los ordenamientos jurídicos de los países acaben con los actuales vacíos legales y puedan recibir ayudas institucionales para remontar el vuelo.

En consecuencia, la preocupación de las empresas ha llegado a las más altas instancias políticas y judiciales nacionales e internacionales. Sin embargo, las medidas de influencia puestas en marcha por las firmas musicales no resultan del todo fáciles. Sin ir más lejos, el pasado mes de diciembre la Asociación de la Industria Discográfi-

Fusionarse o morir

Varias de las principales industrias audiovisuales del mundo están planteándose su posible fusión para garantizar su supervivencia. Uno de los últimos ejemplos de estos planes de integración ha sido el anuncio de Sony Music y de BMG, la filial musical del gigante alemán de la comunicación Bertelsmann, de crear una 'joint-venture' en igualdad accionarial. También EMI, el tercer grupo mediático mundial, sopesa una oferta de Warner Music, subsidiaria de Time Warner por 1.600 millones de dólares en efectivo y 1.700 millones de dólares en acciones.



El pulso entre los 'top manta' y la industria discográfica no tiene visos de remitir en los próximos años.

La piratería musical resulta una amenaza a gran escala. Sus principales víctimas son los cientos de miles de personas que trabajan en esta industria

ca Americana recibió un revés importante de la Corte Federal de EEUU, que calificó de "improcedente" y práctica al "margen de la ley" la iniciativa propuesta por esta agrupación de identificar a los clientes que 'bajan' música de forma masiva sin autorización ni derechos de propiedad desde sitios de Internet como Kazaa, uno de los proveedores de MP3 más populares en todo el planeta. De esta forma, la industria musical de EEUU vio cómo su intento de poner coto a las reproducciones piratas de CD's resultaba vano. Este 'modus operandi' hizo retroceder las ventas en un 30 por ciento en el último trienio. También en Europa se han producido acontecimientos similares. Un tribunal holandés no encontró indicios de violación de derechos de autor por parte de Kazaa, al igual que tampoco en otros suministradores locales de software musical como Grokster o Morpheus. La coincidencia de interpretaciones judiciales a uno y otro lado del Atlántico propició que los directivos de Kazaa tildaran las sentencias de "un precedente sobre la legalidad de los proveedores tecnológicos de música en la Unión Europea y en todo el mundo".

Uno de cada tres CD's que se vende en el mundo es pirata. España lidera el ranking de piratería en la Unión Europea



Las organizaciones mafiosas y las sociedades empresariales clandestinas son artífices de un negocio que en 2002 logró superar los 1.100 millones de euros

La piratería musical resulta, pues, una amenaza a gran escala. Las víctimas no son sólo los cientos de miles de personas que trabajan directa o indirectamente en la industria musical en el mundo y los gobiernos, que pierden cada año ingentes millones de dólares vía impuestos. Los artistas locales, que venden dos terceras partes del negocio musical, también se ven afectados por el retroceso inversor del sector, lo que ha dado lugar a una intensa cruzada, liderada por los grupos y solistas más populares, para concienciar a los consumidores de la importancia de adquirir música de calidad.

MAFIAS ORGANIZADAS

Los grandes beneficiados de este fenómeno son los activistas criminales que se esconden detrás de este espectacular mercado negro, unas organizaciones delictivas que trafican, además, con todo tipo de mercancías falsificadas. El pasado año, 85 millones de artículos falsificados fueron interceptados en las fronteras exteriores de la UE, tal y como acaba de constatar la Comisión Europea, cuyo valor en el circuito legal hubiera superado los 2.000 millones de euros.

La proliferación de estas mafias organizadas se extiende por todas las latitudes. El último informe de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, según sus siglas en inglés) no deja lugar a dudas por lo que al sector musical se refiere. Países asiáticos como Taiwán,

China y, en especial su territorio autónomo de Hong-Kong, Malasia, India, Singapur y Tailandia lideran, por este orden, la reproducción ilegal de discos. Tras ellos se sitúan tres naciones de Europa del Este: Polonia, Rusia y la República Checa. Frente a estos territorios, la IFPI publica, por primera vez, una lista inédita: la de los diez países que más medios para combatir la piratería han puesto en marcha. Este 'top-ten', basado en criterios como el incremento de copias falsificadas, el volumen de piratería musical o el tamaño del mercado legal de la música, está encabezado por Brasil. A la primera economía latinoamericana le siguen México, Polonia, España, Tailandia, China, Paraguay, Rusia, Taiwán y Ucrania. Aun así, los datos continúan sin invitar al optimismo. Uno de cada tres CD's que se vende en el mundo es pirata.

En la Europa comunitaria, sin embargo, España lidera el ranking de piratería, por delante de Grecia e Italia, a juicio de IFPI, pese a haber decomisado, en enero de 2003, uno de los más importantes alijos de material ilegal. La facturación de música en España descendió en el primer semestre del pasado año, último dato contabilizado, en un 18,9 por ciento, según datos facilitados por la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). Los niveles de piratería en España se sitúan en el 22,6 por ciento de los discos vendidos y se está convirtiendo en una práctica cada vez más habitual. ■

La presión impositiva

Una de las peticiones más constantes de la industria discográfica es que se reduzca la presión impositiva que pesa sobre la música para, de esta forma, abaratar sus costes y poder competir así con los bajos precios de los 'top manta'.

Durante la presidencia italiana de la Unión Europea, en el segundo semestre del pasado año, los ministros de Finanzas europeos recibieron una propuesta concreta del sector musical del Viejo Continente para reducir el IVA de estos productos. En la actualidad, la industria musical soporta un gravamen de entre el 15 y el 25 por ciento, según los socios comunitarios, mientras otros bienes culturales como los libros, las revistas, los periódicos, las entradas de cine, de teatro o de conciertos se benefician de una tasa más reducida del 5 por ciento. Esta reivindicación de las empresas podría contribuir a mejorar las perspectivas de futuro.



La permisividad legal ampara una práctica cada vez más usual entre los consumidores de todos los rincones del mundo.



Luis Ignacio Parada Más falsos que el beso de Judas



En un mundo en que la marca es un signo de distinción, el comercio de los productos falsificados crece sin cesar. Se calcula que el volumen total del negocio de las falsificaciones e imitaciones asciende a un 5 por ciento del comercio mundial. Según la Coalición Internacional Contra la Falsificación (IACC) las falsificaciones privan a las empresas de Estados Unidos de

200.000 millones de dólares anuales. En 2002 se incautaron en las fronteras exteriores de la UE cerca de 85 millones de artículos falsificados. En los seis primeros meses de 2003 esa cifra alcanzó los 50 millones, según el comisario europeo de temas aduaneros, Frits Bolkestein. En España, la cuantía de los artículos incautados ascendió a 130 millones de euros en 2002, según un informe de la Comisión Interministerial contra la piratería. Las Fuerzas de Seguridad del Estado realizaron aquel año un total de 2.287 intervenciones policiales, más de seis al día. El avance de datos para 2003 sitúa el crecimiento de las incautaciones en un 42 por ciento. Y dicen los expertos que la policía apenas logra intervenir el 6 por ciento de los productos falsificados.

Un estudio sobre el fraude que acaba de publicar la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA), del Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación de España revela que la imitación es la modalidad más extendida: afecta, en un 77 por ciento de los casos. Le siguen la falsificación, la réplica y la usurpación por parte del distribuidores o licenciatarios. El mismo estudio revela que el 23 por ciento de los hombres compra falsificaciones de manera consciente, frente al 77 por ciento que se considera engañado, mientras

que un 19 por ciento de las mujeres compra falsificaciones de forma voluntaria, frente a un 81 que las compra de forma involuntaria. El mercado de las falsificaciones e imitaciones parece guardar también una cierta relación con la edad y con la ocupación: la propensión al consumo de falsificaciones e imitaciones va creciendo desde la adolescencia hasta el comienzo de la juventud donde muestra su porcentaje más alto y desciende conforme aumenta la edad de los consumidores, alcanzando su punto más bajo en los segmentos de más edad. Estudiantes y directivos son los que más ropa falsa, discos, relojes y programas pirateados adquieren.

Rolex, Cartier, Vuitton, Pepe Jeans, Levi's, Chanel, Microsoft, empresas discográficas, los propietarios registrales de las marcas más afectadas, de sus patentes, procedimientos, estándares, logotipos y registros notariales se sienten cada vez más indefensos ante este inmenso negocio fraudulento en el que colaboran compradores y

vendedores. La propiedad intelectual es el sector más afectado por la piratería, con el 65 por ciento del total de las intervenciones.

El 45 por ciento de la totalidad de los productos falsos que invaden los mercados proviene de naciones con un alto porcentaje de economía sumergida como Taiwán, Tailandia, Corea del Sur, Pakistán, Hong Kong, Turquía, Marruecos, Italia y Portugal.

“La imitación es la forma más sincera de la adulación”, decía Charles C. Colton, un ensayista inglés de finales del siglo XVIII. En el fondo adulaba a Aristóteles, Platón, Lao Tsé, Rousseau, Goethe, Schopenhauer, entre otros que ya habían hablado de la propensión humana al fraude por imitación. ¿Adulamos a los grandes creadores de marcas comprando imitaciones, falsificaciones, réplicas o copias ilegales? ¿Nos adulamos a nosotros mismos por vanidad? ¿Simulamos que nadie se dará cuenta de que pretendemos engañarle para que nos adule? En cualquier caso, miserias de la condición humana que los poderes públicos deben atajar.

Luis Ignacio Parada es periodista

[..]
Se calcula que el volumen total del negocio de las falsificaciones e imitaciones asciende a un 5 por ciento del comercio mundial
[..]