



Juan Urrutia

Presidente del consejo editorial de Expansión y Actualidad Económica

“Innovación y propiedad intelectual”



Juan Urrutia no utilizó presentación en formato PowerPoint en su charla, con lo que ofrecemos, en su lugar, la transcripción de su oratoria.

Voy a empezar esta charla con dos comentarios introductorios. El primero sobre innovación y el segundo sobre propiedad intelectual.

En vez de remontarme al origen de las preocupaciones por el progreso tecnológico, voy a concentrarme para empezar en lo que hoy se llama innovación entendida como actividad sistemática de diversos agentes. Esta idea proviene de la teoría del crecimiento endógeno, según la cual el motor del crecimiento está en el residuo de Solow o productividad total de los factores (PTF) que depende, a su vez, del capital humano y de los gastos en I+D. Fue Paul Romer el primero que hizo mucho énfasis en la idea de que estos gastos en I+D aumentan mucho la productividad y están en el origen del crecimiento continuo de las sociedades. Esta noción de innovación es de enorme importancia hoy que vivimos en un mundo globalizado en el seno de la sociedad del conocimiento presidida por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En un mundo globalizado no se compete sólo por precio sino que se compete por innovación, por novedades en el producto, por la calidad del producto. En la sociedad del conocimiento el verdadero valor añadido está en los intangibles en los que la innovación es más fácil y más crítica. Y las TIC, que hacen posible la sociedad del conocimiento, conforman por sí mismas un sector en el que la innovación es crucial.

El hecho de que las TIC se muevan mediante programas de ordenador, hace del código un lenguaje que es perfectamente reproducible a coste cero lo que ha supuesto muchas dudas e incertidumbres respecto a la propiedad de estos intangibles. Esto me lleva a la segunda consideración de esta introducción, la que se refiere a la noción de propiedad intelectual. Por propiedad intelectual entiendo lo que, en un régimen latino, sería tanto la civil (copyright o derechos de autor), como la mercantil (patentes). Aquí nos encontramos con un conjunto de paradojas y contraparadojas que delimitan un campo en el que necesariamente nos tenemos que mover los economistas, pero frente al que hemos tenido los ojos velados a diferencia de los juristas quienes siempre tienen las cosas claras aunque con matices.

¿En dónde está el problema de los economistas en este asunto de la propiedad intelectual? Hace 50 años, un economista genial para muchos de nosotros, Kenneth Arrow, planteó el problema de la propiedad intelectual de las invenciones que están por debajo de las innovaciones y lo hizo de una manera que ha quedado en el disco duro de los economistas: la única manera de compatibilizar, por un lado, el incentivo a crear y, por el otro lado, la difusión de la creación socialmente beneficiosa, es otorgar un monopolio temporal al inventor. Ese monopolio temporal se puede llamar patente o se puede llamar derechos de autor. Nos encontramos pues que, paradójicamente, un presunto izquierdista quiere ensanchar el ámbito de la propiedad sobre bienes intangibles y sobre ideas y, al mismo tiempo, reducir el dominio público. Pero desde mitad de los 90 algunos economistas que se considerarían más a la derecha, se han dado cuenta de que quizás el monopolio temporal que otorga una patente puede ser peor que la enfermedad de la falta de incentivos. Así mismo prueban formalmente que el libre mercado puede alcanzar los deseados beneficios sociales sin necesidad de otorgar ningún monopolio y constatan que la propiedad intelectual quizás sea, objetivamente hablando, un impedimento a la innovación. Nos encontramos, por tanto, con una gente de derechas que



quiere reducir el ámbito de la propiedad, eliminando parte de la propiedad intelectual, y al mismo tiempo ensanchar el espacio público.

Es en este marco de paradojas en donde inicio mi presentación. Lo que quiero es que ustedes desaprendan conmigo esa sabiduría convencional que tenemos en el disco duro y que juntos comencemos a pensar de otra manera. De una forma alternativa que lo que hace es poner el foco sobre una mezcla de cooperación y rivalidad que es buena, pero que quizás podría ser impedida o dificultada por una legislación sobre propiedad intelectual excesiva y mal concebida. Noten que pretendo si no innovar, sí escandalizar. Pretendo decirles a ustedes, muchos de los cuales han trabajado para generar patentes en un país que se nos dice la necesita, que se lo piensen dos veces porque demasiadas patentes pueden ser un impedimento para la innovación y porque, en cualquier caso, pueden retrasar el ritmo de la innovación.

Esto lo voy a hacer en dos partes. En la primera voy a tratar de demostrarles cómo es posible la compatibilidad entre la cooperación y la rivalidad competitiva en un mundo sin propiedad intelectual, sin patentes y sin copyright. En una segunda parte voy a volver al mundo tal y como es y voy a tratar de entender qué cosas pueden ocurrir cuando tenemos propiedad intelectual - patentes y copyright- pero podemos renunciar a ella como señal de la calidad del producto.

En cuanto a cooperación y rivalidad, que es la parte más complicada de mi estrategia expositiva, la idea es la siguiente: ¿podemos tener un mundo de innovación que se parezca al sistema de ciencia abierta, donde no hay patente en lo que se refiere a la ciencia básica?. La respuesta estratégicamente simple. De momento permítanme no distinguir entre cultura e industria y referirme de manera genérica a la creatividad. Ahora me basta con probar que va a haber una oferta y que va a haber un precio positivo que pagar porque va a haber una demanda. Me interesa concentrarme en las condiciones bajo las cuales a haber una demanda; pero antes déjenme afirmar que la oferta está garantizada porque los creativos e investigadores son unos seres raros que funcionan con estímulos no necesariamente pecuniarios y que y, por tanto, no necesariamente exigen derechos de la propiedad intelectual.

Pero ni siquiera necesito apelar a estas peculiaridades. Pueden ser personas tan interesadas como cualquier otro, pero sin embargo lo que ocurre es que hay instituciones intermedias que van a demandar los servicios que estos creativos son capaces de desarrollar. En el caso de la informática, por ejemplo, los "linuxeros", que trabajan con código abierto, elaboran programas para una compañía que se llama Red Hat que es capaz de recoger parte de esos programas, empaquetarlos convenientemente y hacerlos llegar a los clientes finales a un precio positivo lo que les permite pagar a los "linuxeros". Lo crucial por lo tanto es saber donde está la demanda final de estos productos intangibles. De acuerdo con Raymond, un autor que publica en una revista de libre acceso, destaca las siguientes condiciones bajo las cuales una empresa está dispuesta a pagar una cantidad a un intermediario por sus servicios creativos de forma que ese intermediario pueda pagar luego a los propios creativos. Las condiciones son las siguientes y en cada caso pondré un ejemplo industrial y un ejemplo cultural.

La primera condición es que la confianza en la calidad del resultado creativo es crítica para la empresa de que se trate, por ejemplo, una farmacéutica. En este tipo de empresa, así como en la cocina creativa, la calidad es efectivamente crítica. No es necesariamente crítica para un editor.

La segunda característica para que una empresa demande un producto intangible es que la mejor manera de verificar esa calidad que es crítica para ella sea mediante la revisión por pares. Este tipo de evaluación lo tenemos estos días en Donostia con ocasión de las Jornadas Gastronómicas. Sin embargo me da la sensación que en el mundo de la cultura los editores o los críticos no son pares y sin embargo pueden orientar y "garantizar" la calidad de la película que vamos a ver mañana.



La tercera condición importante es que la calidad sea un input tan crítico que no se pueda depender de un solo suministrador. Las farmacéuticas no pueden depender de un único suministrador.; pero The Globe subsiste perfectamente poniendo exclusivamente obras de Shakespeare.

La cuarta condición es que la creatividad conforme la comunicación interna de la empresa. Una farmacéutica o unos cocineros no pueden hacer nada dentro de su empresa a no ser que se comuniquen de acuerdo con el lenguaje generado por ese producto creativo. En cambio si uno es editor de periódicos no tiene porqué que entender el lenguaje periodístico.

Finalmente, la quinta condición es que la comprensión de la creación, entender lo que está pasando, sea conocimiento común entre todos los miembros de la empresa. Esto es conveniente y necesario para una farmacéutica, pero no necesariamente en el caso de un editor que, en realidad, no necesita compartir con los autores los conocimientos sobre literatura.

Si se dan estas condiciones, parece bastante claro que hay demanda. Entonces, dada la idiosincrasia creativa de los investigadores o de los creativos y dada la existencia de intermediarios, resulta que hay mercado para la producción intelectual, sea de un tipo o de otro. Hay mucho más sofisticados (matematizados, formalizados, etc.) pero el que conforman las cinco condiciones comentadas me parece suficiente. La mayoría de los economistas aún no ha comenzado a formatear el disco duro pero creo poder augurarles que nuestros hijos no tendrán más remedio que hacerlo, si no lo han hecho ya.

Hasta ahora he hablado de un mundo en el que no hay propiedad intelectual tratando de demostrar que no es necesario que la haya. En esta segunda parte de mi exposición me voy a mover en un mundo en el que hay propiedad intelectual, y en el que voy a separar claramente la cultura y la industria. Para simplificar en lo que sigue considero industria es el conjunto de empresas que cumplen las cinco condiciones anteriores y considero cultura al conjunto de empresas que no las cumplen.

Lo que me interesa ahora es saber si renunciar a las patentes o renunciar al copyright es una señal, es una señal de algo. Una señal para los economistas es una acción que sería irracional a no ser que se dieran las cualidades que queremos señalar. Poner el Bulli en Cala Monjoi, más allá de Rosas, hace del precio de la cena algo no muy importante. Lo más importante es que uno se juega la vida yendo por ahí por lo que la ubicación es un signo de que la cena es fantástica, pues de lo contrario no iría nadie. Esta ubicación es una señal: soy tan bueno que me pongo en un sitio inaccesible.

La pregunta ahora es: ¿si yo renuncio al copyright o a la patente estoy señalando algo respecto a mi producto? Y la respuesta es distinta en un caso y en otro.

En el mundo industrial se dan las cinco condiciones anteriores por lo que la propiedad intelectual en forma de patente no es obviamente necesaria. Luego, si no es necesaria, renunciar a ella no señala nada. En un mundo así ¿qué diría un economista que va a ocurrir? Cuando uno no puede señalar su calidad va a surgir una situación en la que se da un equilibrio que no es separador, es decir, una situación en la que los precios no revelan la diferente calidad del producto. Y esto es malo porque el consumidor no sabe lo que va a comprar y porque la innovación, basada en comprar los bienes intermedios y modificarlos para hacer otras cosas, no sabe bien qué camino tomar. Por lo tanto se va a ralentizar la innovación y la productividad no va acrecer al ritmo que esperábamos. Por lo tanto el país va a ser no tan competitivo como quisiéramos y va a crecer menos. A la vista de esta consideración, me atrevería a enunciar una primera herejía: yo acabaría con la propiedad intelectual. ¿Quiénes iban a sufrir? Las farmacéuticas, por supuesto; pero no el consumidor.

Pero vayamos al mundo cultural. El mundo cultural es totalmente distinto al no cumplir con las cinco condiciones anteriores. Aquí renunciar al copyright sí es una señal. En este caso, como no se cumplen ninguna de las cinco condiciones anteriores el mercado solo no iba a funcionar y por ello renunciar al copyright sí que es una señal de la calidad del producto. ¿Qué ocurre en un mundo así? En un mundo así ocurre que, una vez se ha renunciado al copyright, puede haber un equilibrio totalmente distinto del anterior, un equilibrio separador: los precios son tales que, solo mirándolos, uno distingue lo bueno de lo malo. Que lo haya o no lo haya depende de la elasticidad de la demanda. Y que lo hubiera sería bueno porque permitiría al consumidor distinguir lo bueno de lo malo y porque el innovador sabría que camino seguir. En consecuencia la innovación sería más rápida, la productividad aumentaría y seríamos todos más ricos. Por lo tanto yo no acabaría con la propiedad intelectual y el copyright; pero sí que habría que adaptar una legislación que hoy es demasiado rígida. Yo me atrevo a defender la idea anglo-sajona de los Creative Commons, patrocinada por L. Lessig, abogado de Stanford, y que permite modular la renuncia al copyright y ensanchar el dominio público. Si se nos permitiera ir modificando y restringiendo el copyright creo que avanzaríamos bastante. Sería bueno para los consumidores y sólo sería malo para ciertos gestores de derechos de autor.

Y llego así a las conclusiones. ¿Qué está pasando en el campo de las patentes? Pues que todo el mundo se está dando cuenta de que han aumentado en tal magnitud su ámbito de aplicación y su duración que todo ello empieza a ser un escándalo. Pensemos en el caso de una empresa que ha patentado cualquier cosa que sirva para mover las cosas a distancia mediante el pensamiento. También empieza a estar claro que el mercado de licencias no alcanza el mismo resultado que se alcanzaría eliminando las patentes porque no es, ni puede ser, perfecto. Por otro lado, todo el mundo es consciente de que las empresas empiezan a poner en común las patentes. Pero en este caso pasa lo mismo que en el comercio internacional, que si no se hace completamente puede disminuirse el comercio y, en nuestro caso, puede disminuir el bienestar. Lo que hay que hacer es eliminar las patentes lo que sería equivalente a compartir todas las patentes entre todos. En general y para terminar con este punto, las patentes, como todos los monopolios, son una muestra más de lo que se llaman "rentas" en sentido técnico en economía que son unas rentas que son inexpugnables por un lado pero por otro lado son innecesarias.

En cuanto a los derechos de autor los escándalos son fantásticos. Un disco cuesta en una tienda 20 euros y el coste de producción no sobrepasa los dos euros. El resto es el coste de los derechos de autor. No parece exagerado decir que los piratas son los innovadores. Y tenemos el famoso caso de la película Tarnation de Cahoutte que triunfó rotundamente en Cannes en el 2002. Su coste total fue de 500.218 dólares de los cuales solo los 218 fueron coste real. Los 500.000 restantes son el costo de los derechos de autor de fotogramas de otras películas y de bandas sonoras.

Como colofón baste con decir que el Tribunal de Defensa de la Competencia en España empieza a hacer caso a los economistas para desesperación de los juristas.