

REGLAS DIGITALES

El plan para que Google pague por las noticias se choca con un obstáculo

La adopción de un supuesto derecho del editor podría repercutir en todo el mundo.

*Por Mathew Karnitschnig y Chris Spillane. Publicado el 15 de febrero de 2017 y actualizado
el 17 de febrero de 2017*

Los barones de la prensa europea creyeron que se habían anotado una importantísima victoria en el otoño (boreal) pasado cuando la Comisión Europea decidió apoyar la idea de los primeros de crear una protección especial para el periodismo digital, la base de su estrategia para sobrevivir en el largo plazo. Pero ahora el plan se encuentra bajo amenaza y podría no llevarse a cabo.

Los defensores de la reforma dicen que forzaría a los pesos pesados de Internet - plataformas como Google, Facebook y LinkedIn, que usan contenidos noticiosos externos para atraer visitas sin pagar un solo centavo- a compensar a los editores europeos por utilizar su contenido. Así como las radios les pagan a los sellos discográficos por reproducir sus canciones, las compañías deberían pagar a los medios informativos por utilizar sus contenidos.

Si se aprueba la reforma, la victoria reverberaría alrededor del mundo, y los editores de otras regiones exigirían un tratamiento similar. Sin embargo, menos de seis meses después de que la Comisión dio a conocer su propuesta, las perspectivas alrededor de lo que se llamó "derecho de los editores" son cada vez más oscuras en medio de crecientes dudas sobre si el plan puede conseguir el apoyo necesario dentro del Parlamento Europeo.

"Otras partes interesadas están cuestionando esta posible legislación... no solo cuestionan si es la mejor manera de abordar las preocupaciones de los editores de prensa en relación con las tecnologías digitales, sino que además cuestionan si la propuesta de la Comisión se limita solo a dichas preocupaciones", le dijo Therese Comodini Cachia, la eurodiputada maltesa ocupada de guiar la propuesta dentro del Parlamento, a Político.

Traducción: los que se oponen a este plan, incluyendo a pequeños editores web, están preocupados de que el tráfico hacia sus sitios sea estrangulado por una serie de regulaciones que disuadirán a Google y otras plataformas de dirigir usuarios hacia ellos, Estos críticos también argumentan que el derecho del editor creará un "impuesto al enlace" (una frase que sus simpatizantes igualan a una calumnia) pero sin conseguir el objetivo principal de quienes la apoyan: salvar el fallido modelo de negocios del sector editorial que se dedica a las noticias.

Oposición creciente

Es demasiado pronto para decir si la propuesta fracasará, pero sí está en una etapa crítica. En los últimos días, varios países europeos han expresado dudas sobre el plan, de acuerdo a altos funcionarios que participan en las negociaciones.

Los diplomáticos holandeses están entre los más escépticos, afirman fuentes cercanas a las negociaciones. Los británicos y los estonios también han expresado reservas.

Comodini Cachia presentará un informe el mes próximo que incluirá posibles enmiendas para la propuesta, pero no está claro si sobrevivirán las duras protecciones demandadas por los editores.

El Partido Popular Europeo, de orientación centroderechista, es el grupo más grande del Parlamento y apoya la iniciativa, al igual que la mitad de los socialistas y demócratas. Pero esto podría no ser suficiente. Al momento, los únicos países que apoyan abiertamente la propuesta son Francia, Italia y España.

Incluso antes de que la tinta se secase en el proyecto de la Comisión, una improbable coalición de activistas de Internet y lobbistas de Silicon Valley se movilizaron para atacarla.

La crítica más enconada en contra del plan ha sido la eurodiputada verde Julia Reda, quien fuera elegida originalmente como miembro del Partido Pirata. El conocimiento enciclopédico de Reda de los derechos de autor la ha convertido en una adversaria respetada por los editores. Ha demostrado un don particular para condensar la jerga jurídica de la reforma de los derechos de autor en titulares alarmistas. La eurodiputada ha argumentado, por ejemplo, que la propuesta de la Comisión podría afectar la manera en los artículos son compartidos en Twitter, una acusación que tanto la Comisión como los editores niegan.

“El problema de la industria periodística no son los derechos de autor”, expresó Reda.

Viejos versus nuevos medios

Los editores, que han estado haciendo *lobby* por la reforma durante años, ven la mano no tan escondida de Google en los intentos de socavar su esfuerzo.

La propuesta de la Comisión "perjudicaría a cualquiera que escriba, lea o comparta noticias, incluyendo a las numerosas empresas europeas que trabajan con el sector de las noticias para construir modelos de negocio *online* sustentables", dijo Google en un comunicado.

Pero los editores sostienen que el gigante de las búsquedas, a través de Google Noticias, es el principal beneficiario de su contenido *online*, porque las noticias son una de las principales cosas que la gente busca en Internet.

Google minimiza los beneficios que obtiene de ese contenido, señalando que no vende publicidad junto con noticias. De hecho, de acuerdo a la compañía, son los editores quienes se benefician del tráfico que Google envía a sus sitios. El problema es que menos de la

mitad de los lectores hacen clic en el enlace que los llevaría a los sitios web de los editores. La mayoría de los usuarios sólo lee los titulares y el resumen de artículos breves, o "fragmentos", en sitios como Google, según datos de la Unión Europea. Eso significa que los editores no reciben tráfico y, por lo tanto, no reciben ingresos publicitarios de esos lectores.

Lo que les preocupa a los sitios de noticias y blogs más pequeños, que dependen del tráfico de agregadores de noticias y motores de búsqueda, es que Google y sus pares podrían simplemente negarse a pagar y dejar de indexar noticias. Es lo que sucedió en España cuando el gobierno aprobó una ley similar hace unos años: Google cerró Google Noticias en respuesta. Eso no ha sido un problema para los grandes editores de diarios y revistas porque los lectores simplemente van directamente a sus sitios web. Pero los críticos dicen que para las marcas más pequeñas y menos conocidas, ha sido más que un desafío.

Alemania aprobó una ley similar, aunque menos estricta, hace unos años. Sin embargo, Google le quitó el sentido a esta legislación cuando comenzó a indexar las noticias de aquellos editores que accedieron a aparecer en el buscador de forma gratuita. Aquellos que decidieron no hacerlo vieron como su tráfico se vino abajo y finalmente cedieron. El asunto ahora está judicializado en los tribunales de aquel país, donde un consorcio de editores está demandando a Google. Esa es una de las razones por las que los editores están buscando una ley europea más dura. Sólo entonces, creen, tendrán suficiente influencia para forzar la mano de Google.

Los proveedores de noticias presentan su lucha en términos absolutos. Si lo que los ejecutivos de la industria llaman la "expropiación" de su contenido no cesa, la prensa europea se marchitará y morirá, de acuerdo a los editores. En otras palabras, no es sólo su bienestar financiero lo que está en juego, sino la supervivencia de la democracia misma.

"La reforma de la legislación europea sobre derechos de autor es la base de todo", sostuvo Mathias Döpfner, consejero delegado de Axel Springer y presidente de la Asociación Alemana de Editores de Diarios, en un discurso reciente. "Si la protección de la propiedad intelectual no está garantizada, entonces los editores no tienen perspectivas en el futuro digital. Y cualquiera que diga lo contrario, y casualmente le exige a los editores a ser más creativos y desarrollar nuevos modelos de negocio, miente o busca distraer".

Problemas monetarios

A pesar de que el derecho de un editor está respaldado por una amplia coalición de editores europeos de periódicos y revistas, Springer, propietaria del diario más grande del continente, Bild, y también copropietaria de Politico¹ en Europa, ha sido uno de los defensores de la reforma, junto con editores españoles, como el grupo periodístico Vocento.

¹ Nota del traductor: esto es lo que en medios estadounidenses y europeos se conoce como disclaimer (descargo, en inglés). Lo que hace el redactor de la nota es dejar asentado que el medio es también parte interesada y que podría existir un conflicto de interés. Las buenas prácticas del periodismo recomienda su uso pero en la Argentina no se acostumbra.

Aun cuando las compañías invierten cada vez más en negocios digitales, la reducción de ingresos en la venta de diarios físicos las está golpeando duro.

Entre 2010 y 2014, los ingresos de las ventas de diarios y revistas impresas en Europa se achicaron en impresión en los periódicos y revistas europeos se redujeron en € 14.000 millones, según un estudio reciente de la consultora PwC. Los ingresos digitales durante ese período sólo aumentaron € 4.000 millones, lo que deja un agujero de € 10.000 millones en el balance de la industria. Y se espera que la brecha se amplíe en los próximos años.

Parte del problema es que durante años los editores han estado regalando gratis el contenido que ahora están tratando de proteger. Ellos apostaron, de manera errónea -como puede verse con el diario del lunes en la mano-, a que podrían monetizar a su gigante audiencia online a través de las ganancias que les dejaría la venta de publicidad.

Después de convencer a los lectores a no pagar por el contenido en línea, los editores se han enfrentado a la dificultad de implementar modelos de suscripción. El tabloide inglés Sun, por ejemplo, introdujo un muro de pago en 2013, sólo para abandonar la idea un par de años más tarde.

El confuso negocio de las noticias en la web complica el caso de los editores. No existen cifras fiables sobre los ingresos que la propuesta de la Comisión le dejaría a los editores. En Alemania, los editores estiman que sus ingresos en línea aumentarían un 10 por ciento, de acuerdo a la Comisión.

Aunque no se trate de una cifra insignificante, los críticos del plan señalan que es poco probable que sea suficiente para rescatar a la industria.

Durante décadas, el modelo de negocios de los editores se basó en concentrar las noticias en un solo lugar. Los periódicos eran una ventanilla única, no sólo para las noticias de actualidad y los análisis, sino para los horarios de las películas y los anuncios clasificados de propiedades, autos y empleos. Luego de la aparición de la competencia en línea como eBay y Google, los editores se han quedado sin una gran parte de ese negocio.

Esa es la razón por la que los opositores al derecho de los editores, incluyendo a varios eurodiputados, argumentan que estos desafíos que subyacen en el modelo de negocios de la industria no tienen nada que ver con los derechos de autor.

Los editores afirman que no corresponde al Parlamento analizar los méritos de su estrategia comercial. Lo que está en cuestión es una cuestión básica de propiedad, y los editores dicen que incumbe a los legisladores proteger sus derechos. En la era predigital, tales protecciones no eran necesarias porque el contenido de las noticias no era víctima de la piratería a gran escala. Pero Internet, argumentan editores, ha cambiado eso porque los artículos pueden ser propagados con un par de clics.

A primera vista, la cuestión es simple: las obras de cineastas, músicos y editores de libros están protegidas por derechos de autor que prohíben su distribución sin la correspondiente licencia tanto *on* como *offline*. Durante décadas, las estaciones de radio han tenido que

pagar regalías cada vez que pasan una canción, ya sea de Elvis o de Beyoncé. ¿Por qué, entonces, las obras periodísticas no deberían ser protegidas por una legislación similar?

Una ganancia inesperada a corto plazo puede no ser el punto. El objetivo principal de los editores parece ser el consagrar como principio básico dentro de la ley europea que ellos son dueños de su propio contenido en línea y pueden controlarlo como les plazca. Dado el ritmo de la innovación tecnológica, esto podría resultar crucial en un futuro cercano.

Aliados poderosos

A medida que los editores se enfrentan a los retos estratégicos de la era digital, también han dirigido su atención hacia sus aliados más antiguos a la hora de pedir ayuda: los políticos.

Más allá de todos los desafíos empresariales que enfrentan, los editores de periódicos y revistas siguen siendo una poderosa fuerza política en la mayoría de los países.

En Alemania, por ejemplo, Springer, que publica tanto Bild como el diario Die Welt, desempeña un papel central cuando de influenciar a la opinión pública se trata. La editorial ha cultivado relaciones con la clase política alemana durante décadas y goza de vínculos especialmente fuertes con los demócrata-cristianos de Angela Merkel.

Friede Springer, el accionista principal de la editorial alemana, tiene una estrecha relación personal con Merkel, por ejemplo. De hecho, fue el aliado de Merkel, Günther Oettinger, hasta hace poco el comisionado digital de Economía y Sociedad de la Unión Europea, quien ayudó a encabezar el último empujón a la modificación de la legislación de derechos de autor dentro de la Comisión.

Otros editores influyentes, entre ellos el sueco Bonnier y el español Prisa, que publica el diario El País, también impulsan la propuesta de la Comisión. En España, el primer ministro Mariano Rajoy respaldó estentóreamente la idea desde el principio.

La anterior Comisión, bajo la presidencia de José Manuel Barroso, demostró poco entusiasmo ante el proyecto. Sin embargo, eso cambió bajo la presidencia de Jean-Claude Juncker, un conservador como Merkel y Oettinger, que también se benefició del apoyo de la prensa alemana propiedad de Springer.

La seductora lógica de los editores convenció a actuar a la Comisión liderada por Juncker. Cada vez más países, entre ellos Austria y Polonia, están considerando la posibilidad de aplicar leyes nacionales para regular la cuestión. La Comisión estaba persuadida de que medidas de esa índole sólo crearía más confusión y que, por lo tanto, tenía sentido tener un enfoque europeo común, similar al que intentó lograr con la protección de datos. En septiembre pasado, la Comisión propuso una directiva que indicaba que mejoraría "la posición de los titulares de derechos para negociar y ser remunerados por la explotación de su contenido por los servicios *online*".

La Comisión clamaba tener un propósito noble: dijo que nada menos que la "sostenibilidad del sector de las publicaciones de prensa" y, por extensión, "el acceso de los ciudadanos a la información" estaba en juego.

Juncker hizo que la reforma fuera prioritaria. Durante el verano (boreal), miembros de su gabinete se reunieron una vez a la semana con el vicepresidente de la Comisión, Andrus Ansip, y Oettinger, para aclarar los detalles de la estrategia para modificar la legislación acerca de los derechos de autor. Tanto así que se lo llamó el "club del copyright". Una reunión de tan alto nivel para discutir sobre las minucias de una propuesta legislativa era inusual y puso de manifiesto la importancia que tenía para Juncker.

"Quiero que los periodistas, editores y autores reciban una remuneración justa por su trabajo, tanto si el mismo se lleva a cabo en estudios como en livings, tanto si es difundido en línea o fuera de línea, tanto si es publicado a través de una máquina copiadora o utilizando un hipervínculo comercial en la web", dijo Juncker durante su discurso del Estado de la Unión el pasado septiembre.

Incertidumbre por el Brexit

Un problema, sin embargo, es que la industria editorial no siempre habla con una sola voz. Parte de la dificultad es ideológica. A los editores que han competido durante décadas dentro de países como España y el Reino Unido les es difícil unirse a sus rivales. En Gran Bretaña, por ejemplo, The Guardian se mostró reacio a ser visto cooperando con News Corp. de Rupert Murdoch,

El Brexit² plantea otro desafío. Según los diplomáticos, con la Reino Unido, sede de algunas de las publicaciones más influyentes de Europa, de camino de salida de la Unión Europea, los editores están perdiendo el interés en la nueva legislación.

A esta altura, lo único que está claro es que el destino del plan se determinará en los próximos meses. Para el verano, la guía Comodini Cachia habrá añadido las enmiendas del Parlamento a la legislación y habrá una votación crucial del comité. Si se aprueba, el Parlamento en su conjunto decidirá si se convierte en ley.

A pesar del escepticismo, el lobby editorial se mantiene optimista, confiado en que sus profundas conexiones políticas acabarán por lograr la aprobación de la nueva legislación.

"El sector de los medios de comunicación es optimista de que los políticos están de acuerdo en la necesidad de un derecho de los editores", indicó Wout van Wijk, director ejecutivo de News Media Europe, un lobbyista para editores de prensa. "Este derecho creará la seguridad jurídica necesaria para nuevas inversiones y la innovación que garantizará un paisaje mediático libre y plural en Europa".

² Se trata de la salida del Reino Unido de la Unión Europea, que fue votado en un referendo que motivó el cambio de gobierno en el mencionado país. La palabra es un acrónimo entre Bretaña y salida (exit, en inglés).

Joanna Plucinska contribuyó con este artículo.

Traducción: Sebastián De Toma

Original: <http://www.politico.eu/article/plan-to-make-google-pay-for-news-hits-rocks-copyright-reform-european-commission/> [Chequeado el 26/02/2017]