

¿POR QUÉ PAGO A SGAE Y AGEDI/AIE?

Si en un bar, restaurante, disco pub, etc.... el empresario hostelero pone música bien sea para dar ambiente al establecimiento o bien para que los clientes bailen y se diviertan en una boda, la ley de propiedad intelectual denomina ese acto como comunicación pública y esa misma ley determina que se ha de abonar una contraprestación económica. Como Los Rolling Stones ni ningún otro que se le precie va a venir a cobrarnos personalmente a nuestro establecimiento hostelero por poner sus canciones, se articuló en la ley un mecanismo que hiciera mucho más sencilla la recaudación a juicio del legislador: las entidades de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual.

En un tema musical intervienen varias partes que hay que identificar. Por poner un ejemplo, en la canción Satisfaction de los Rolling Stones, está el cantante, Mick Jagger, el autor de la canción, pongamos que sea Keith Richards, y la discográfica que produce todo (productor de fonogramas denominado técnicamente) digamos que pudiera ser Universal Music Group. Pues bien, según la ley (y reiterada jurisprudencia) tiene derecho a cobrar todo el mundo cuando se realiza un acto de comunicación pública en un establecimiento hostelero y la encargada de cobrar es su respectiva entidad de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual: Mick Jagger lo haría a través de AIE (representan a los artistas, intérpretes o ejecutantes), Universal Music Group a través de AGEDI (representa a los productores de fonogramas) y Keith Richards lo haría vía la archiconocida SGAE.

Eso sí, las entidades de gestión no cobran el precio que les dice Mick Jagger, Keith Richards o Universal Music Group que cobren por su canción, sino que la misma ley de propiedad intelectual les faculta para que unilateralmente y todos los años publiquen las tarifas que ellos creen justas y proporcionales al uso realizado.

Hasta aquí, cómo está montado el sistema que no es muy diferente de otros países de Europa, pero que claramente es mejorable.

Hoy en día, las tarifas de SGAE y AGEDI/AIE para el USO SECUNDARIO (bares, restaurantes, tabernas, etc....) y las de USO NECESARIO (disco-bares, pubs, etc....) son lo que se denomina por disponibilidad, es decir, como se desconoce cuanta gente va a

estar escuchando una canción en un establecimiento hostelero se hace una tarifa mensual en función de los metros cuadrados del establecimiento y dividida por tramos (Hasta 60 metros X, de 61 metros a 100 metros X, etc....) . En el otro lado, están las tarifas por USO ESENCIAL (bailes en bodas y banquetes, etc....) que son las denominadas tarifas por uso efectivo. Se paga en función de la cantidad exacta de personas que tienen acceso a esa música pero con un mínimo pre establecido por las entidades de gestión que se fija en los 75 comensales (hasta 75 comensales X y a partir de 75 comensales X por cada comensal añadido).

Titulares periodísticos aparte sobre la presunta conducta de algunos dirigentes y empleados de las entidades de gestión, desde las organizaciones empresariales de hostelería hemos alcanzado acuerdos con estas entidades de gestión con la intención de convertirnos en la voz de un sector enorme, el hostelero, pero muy atomizado, para explicar y asesorar al empresario hostelero sobre quienes son estas entidades y, en la medida de lo posible, consensuar unas tarifas entre organizaciones empresariales y entidades de gestión que sean más acordes a una realidad de mercado.

Seguramente, habrá muchos hosteleros que no se oponen a la estructura tarifaria (reitero, estructura no precio) que tradicionalmente se viene usando por metros cuadrados y número de comensales pero lo que sí que no se entiende es la cuantía de los importes y que estos sean inmutables, dando igual que estemos en crisis o no. Como el precio de la luz y el agua, solamente suben, nunca bajan.

La nueva ley de propiedad intelectual que recientemente se acaba de aprobar en el Congreso, puede ser que nos abra nuevas vías de negociación con las entidades de gestión. Seguiremos informando.