

El Infundado Temor de YouTube

Los presuntos “mitos” sobre el artículo 13:



YouTube dice que es un mito que el artículo 13 vaya a proteger a los pequeños creadores y artistas mientras se asegura de que se les paga de manera equitativa por su trabajo.

x No. El artículo mejorará la posición de todos los creadores, pequeños o grandes. La amenaza de YouTube de discriminación contra los pequeños creadores no tiene nada que ver con cómo vaya a funcionar realmente el artículo 13, pero es un intento burdo de hacer descarrilar un proceso legislativo democrático a través de hechos infundados.



YouTube dice que es un mito que el artículo 13 ya sea una disposición legal en la UE.

x Nosotros no hemos escuchado nada sobre este mito, pero no, todavía no es una disposición legal. Sin embargo, el proceso democrático de desarrollo de esta legislación está muy avanzada después de muchos años en los que las instituciones europeas hayan realizado consultas con todas las partes interesadas. Este proceso ha resultado en tres textos que ahora se están negociando por la Comisión, el Consejo y el Parlamento. Los tres reconocen el valor del problema del “value gap” (brecha de valor) y ofrecen soluciones para terminar con él. Lo que estamos viendo ahora es una campaña que YouTube ha iniciado a las 11 de la mañana para boicotear este proceso.



YouTube dice que es un mito que ellos estén en contra del artículo 13 y que no haya espacio para el compromiso.

x La sorprendente campaña de hechos infundados lanzada por YouTube contra el artículo 13 en estas últimas semanas muestra que para YouTube se hace a mi manera o no se hace. YouTube está intentando socavar el proceso legislativo democrático con la amenaza de bloquear el contenido de los propios creadores que pretende apoyar, salvo que esta legislación se amolde para encajar en el modelo de negocio de YouTube.



YouTube dice que es un mito que el modelo de publicidad digital esté destruyendo la industria creativa.



Este es otro mito infundado. El artículo 13 no tiene nada que ver con desafiar el modelo de publicidad digital. Tiene que ver con la creación un marco de igualdad que garantice que ciertos servicios ya no puedan negar nunca más su responsabilidad por el contenido del que se benefician mientras se niegan a remunerar a los titulares de derechos de forma justa.



YouTube dice que es un mito que gestionar hoy en día los derechos en grandes plataformas sea como un juego al gato y el ratón donde se haga muy difícil a los sellos discográficos retirar sus obras.



La realidad es que YouTube, un servicio de contenido muy activo, quiere continuar afirmando que ellos no son responsables del contenido del que se benefician y se escudan tras un "puerto seguro". Refutando su supuesto mito, YouTube exalta las virtudes de su Sistema de identificación de contenido, culpando a los titulares de derechos de no utilizar las herramientas que le facilita YouTube. El artículo 13 garantiza a todos los titulares de derechos el tener una posibilidad real sobre cómo se utilizan sus obras, en vez de que sea YouTube quién dicte las normas.



YouTube dice que es un mito que YouTube tenga ya la tecnología necesaria para cumplir con lo establecido en el artículo 13.



YouTube ha estado diciendo durante años que tiene el sistema de gestión más sofisticado y efectivo de gestión de contenido en todo el mundo. Ahora, culpa a los titulares de derechos de no utilizar este sistema. Claramente YouTube tiene las herramientas para facilitar la consecución de acuerdos de licencia con todos los titulares de derechos, grandes y pequeños, y garantizar que se puede identificar todo el contenido por la plataforma, lo único que ocurre es que no quiere que se utilicen esas herramientas de una manera conveniente y proporcionada.