

Breves apuntes sobre el fundamento económico de la propiedad intelectual

Sumario

La propiedad intelectual, en particular las patentes y los derechos de autor, da lugar a una de las paradojas más interesantes del Derecho. Los bienes objeto de su protección están compuestos de información, es decir, conocimiento y cultura. Por ello, resulta socialmente deseable que puedan ser accesibles a la mayor cantidad de personas y de la forma más fácil y rápida que ello sea posible. Sin embargo, los bienes intelectuales, tanto en el campo de la cultura como de la tecnología, nacen de la innovación, la cual no es espontánea pues requiere de creadores e innovadores y además involucra un costo. Si no hubiese propiedad intelectual y los bienes intelectuales fuesen inmediatamente accesibles a todos, los innovadores no tendrían incentivos para crear nuevos bienes intelectuales. Se produce así la paradoja y el conflicto entre dos objetivos socialmente deseables, pero que no pueden ser obtenidos al mismo tiempo. De un lado, el acceso universal e inmediato a la innovación cultural y tecnológica y, del otro lado, la generación de incentivos adecuados para la creación de dichos bienes.

En el presente artículo es una revisión sumaria de los aspectos jurídicos y económicos que subyacen a esta paradoja, así como a las situaciones, distintas pero relacionadas, de otras formas de propiedad intelectual, como los signos distintivos y los *publicity rights*, a partir de la perspectiva del análisis económico del derecho.

Breves apuntes sobre el fundamento económico de la propiedad intelectual

Enrique Cavero Safra*

Introducción

Nos encontramos en la “era de la información”. La tecnología permite hoy en día el almacenamiento, procesamiento y transmisión de información en enormes cantidades y en tiempo real. Ello nos ha traído invenciones, productos y situaciones que hasta hace poco tiempo eran inverosímiles o parte de la ciencia ficción, como la conectividad móvil, las video llamadas y la posibilidad de acceder a cantidades enciclopédicas de información sobre un tema cualquiera, en cuestión de segundos, con sólo digitar unas palabras en un ordenador.

No es extraño en este contexto, que la propiedad intelectual tenga enorme importancia, pues los bienes intelectuales no son otra cosa que información. Según algunos cálculos, es bastante probable que el valor de la propiedad intelectual sobre bienes como software, música, patentes, películas, bases de datos y marcas, sea mayor hoy en día que el de la propiedad de bienes físicos como inmuebles y maquinaria¹.

Uno de los problemas que ha traído consigo la tecnología es la mayor dificultad que involucra el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual. Más que nunca antes, reproducir o copiar bienes intelectuales, en general, es fácil y barato. Puede hacerse por cualquiera, en cualquier lugar y en muy poco tiempo, lo cual hace muy complicado monitorear esta actividad. Esta dificultad de *enforcement* sumada a la conveniencia y ventajas que ciertamente tendría el acceso universal e inmediato a la información y la cultura, han hecho que más de uno se anime a proponer, simple y llanamente, la abolición de los derechos de propiedad intelectual, al menos en cuanto se refiere a los derechos de autor y las patentes, cuestionando los fundamentos teóricos que tradicionalmente la han sostenido. A continuación revisaremos algunos de esos argumentos, tanto a favor como en contra de la propiedad intelectual.

El problema de los bienes públicos y la propiedad clásica

Hay quienes sostienen, desde el análisis económico del derecho, que la naturaleza inmaterial de los bienes intelectuales es contradictoria con la naturaleza de los derechos de propiedad, debido a su carácter de “bienes públicos”. Se denomina bienes públicos a aquellos que se caracterizan por tener i) altos costos de exclusión y ii)

*Abogado. Especialista en Derecho de la Competencia y Propiedad Intelectual. Socio de Hernández & Cia. Abogados; Lima, Perú.

¹ SALZBERGER, Eli. “The Law and Economics Analysis of Intellectual Property: Paradigmatic Shift from Incentives To Traditional Property” En: <http://ssrn.com/abstract=1574994>

consumo no rival. Tener altos costos de exclusión significa que no es posible para un propietario o poseedor excluir a los demás de la utilización del bien o que hacerlo tiene un costo muy elevado. Por ejemplo, una carretera de fácil acceso donde los peajes sean fácilmente evitables. De otro lado, consumo no rival significa que varias personas pueden hacer uso del bien al mismo tiempo y que el consumo por parte de unos no perjudica el consumo por parte de otros. Por ejemplo, la proyección de una película en una pantalla de cine o la seguridad nacional.

Se sostiene, así, que el derecho de propiedad es, en cierto modo, una evolución del derecho de posesión, es decir, de la posibilidad física que tiene una persona de excluir a los demás del uso de un bien y que, tratándose de bienes con altos costos de exclusión, que además son de consumo no rival, lo natural sería que fuesen bienes públicos². Así, para quienes sostienen esta posición, no deberían existir derechos de propiedad sobre la información. Este argumento tiene que ver, además, con el concepto de escasez. Si todos los bienes fuesen abundantes o de consumo no rival, no tendría sentido que existan derechos de propiedad porque no habría conflicto en cuanto a su uso. La propiedad normalmente sirve como una solución eficiente para administrar la escasez. Pero los bienes intelectuales, al no tener consumo rival, no son escasos por lo que se sostiene que la propiedad intelectual es una forma de crear una especie de "escasez artificial" que resulta inconsistente e ineficiente³.

De otro lado, los críticos sostienen que los supuestos incentivos que genera la propiedad intelectual para la creación y la innovación no han sido debidamente corroborados por la experiencia histórica, puesto que siempre han existido creaciones artísticas e invenciones, siendo la propiedad intelectual un hecho relativamente reciente. Así, muchos de los grandes inventos de la humanidad, como la pólvora, rueda o la imprenta no necesitaron de las patentes para darse, como tampoco las obras de Shakespeare o de Dumas necesitaron del derecho de autor para ser creadas. Por el contrario, se dice, en muchos casos los estudios demuestran que la propiedad intelectual ha servido para retrasar y dificultar el progreso y la innovación, antes que para promoverlo, al establecer un poder monopólico exagerado y restringir el acceso a información que debería servir de insumo para innovaciones ulteriores.⁴

Cabe notar la salvedad que se hace sobre las marcas (y demás signos distintivos) debido a que, en ese caso, los bienes protegidos sí tienen consumo rival y, por ende, no tienen carácter de bienes públicos, por lo cual tiene sentido asignar derechos exclusivos sobre ellos. Asimismo, se hace la salvedad respecto de los derechos morales, dado que éstos no tienen contenido patrimonial y su reconocimiento, en consecuencia, no afecta la eficiencia económica. La crítica que hemos reseñado, entonces, se centra principalmente en los derechos de autor y las patentes.

² BULLARD, Alfredo. "Reivindicando a los Piratas: ¿Es la Piratería un Robo?" – Anuario Andino de Derechos Intelectuales, Palestra, Lima, 2005.

³ COLE, Julio H: Controversy: Would the Absence of Copyright Laws Significantly Affect the Quality and Quantity of Literary Output?; Journal of Markets & Morality 4, no. 1 (Spring 2001), Center for Economic Personalism.

⁴ BULLARD, Op cit.

Ahora bien, la teoría económica de la propiedad intelectual tiene dos aspectos, aplicables a los derechos de autor y a los signos distintivos, respectivamente. A continuación revisamos sus aspectos principales a fin de contrastar sus implicancias con las críticas que hemos visto.

Bienes públicos e incentivos a la creación.

Con relación a las patentes y los derechos de autor, la fundamentación económica de la propiedad intelectual se centra en la idea que los creadores de bienes intelectuales no tendrán los incentivos para producir en la medida en que no puedan disfrutar de los beneficios económicos de sus creaciones, cuando menos hasta recuperar los costos de su inversión y obtener una ganancia razonable, siendo que, precisamente debido a su carácter de bienes públicos, si se permitiese a todos copiarlas libremente, tales costos no podrían ser recuperados⁵.

En efecto, al ser los bienes intelectuales bienes públicos, no puede excluirse a los demás de su uso, o los costos de exclusión son demasiado elevados. Si el nuevo bien intelectual es puesto en el mercado y no hay derechos de propiedad intelectual, cualquiera puede copiarlo y venderlo al costo marginal, que es el costo de hacer copias. Entonces, por oferta y demanda, el precio de mercado se equipara automáticamente con el costo marginal.

Pero, el creador o inventor incurre en una serie de costos que debiera poder recuperar. Los costos pueden variar desde el costo de oportunidad que tiene para un escritor el tiempo que dedica a escribir y que deja de dedicar a otra actividad rentable, hasta la inmensa inversión que requiere una producción cinematográfica o el desarrollo de una droga que cura una enfermedad. En cualquier caso, el hecho de que el precio de mercado sea igual al costo marginal le impide al creador recuperar este "costo de creación".⁶

La imposibilidad o dificultad que tiene el creador de bienes intelectuales para excluir a los demás de su uso se torna una vulnerabilidad frente a conductas parasitarias por parte de *free riders*, la cual es entendida como una "falla del mercado" que justifica la intervención del estado a través de la creación de derechos de propiedad intelectual legalmente exigibles destinados a subsanar dicha falla del mercado. Al prohibirse la libre copia y venta de bienes intelectuales por terceros, se establece un monopolio legal a favor del creador, lo que le permite a éste imponer un precio mayor al costo marginal y recuperar su inversión o "costo de creación".

En este contexto, la teoría económica no deja de reconocer que nos enfrentamos a un diferente problema, a saber, la "pérdida social" que significa el hecho de que la sociedad deja de beneficiarse de la utilidad que hubiera significado que todas las personas que lo deseen tengan libre acceso a estos bienes y que, en términos

⁵ MENELL, Peter S. and SCOTCHMER, Suzanne, "Intellectual Property, Handbook of Law & Economics", UC Berkeley, Public Law Research Paper No. 741724.

⁶ POSNER Richard A. "The Economic Structure of Intellectual Property Law". Cambridge; Harvard University Press, 2003.

cuantitativos, es equivalente a la suma de los precios que hubieran pagado todas aquellas personas que valoran el bien por encima del costo marginal pero por debajo del precio que impone el creador. Si tenemos en cuenta, además, que las innovaciones culturales y tecnológicas se producen siempre a partir de obras e invenciones anteriores, el impedir, en cierto grado, que las personas puedan acceder a este conocimiento, con la propiedad intelectual estamos retrasando, en cierto grado, el avance tecnológico y la innovación cultural. Pero, al mismo tiempo, si los creadores no tienen la posibilidad de recuperar su costo de creación tampoco tendrán los incentivos para crear y los bienes intelectuales necesarios para un proceso de innovación eficiente simplemente no serán producidos para comenzar.

En consecuencia, para el análisis económico del derecho, el establecimiento de reglas de propiedad intelectual es entendido como un "mal menor", necesario para evitar que los desincentivos lleven la producción de bienes intelectuales a niveles demasiado bajos, pero sin ignorar que ello tiene un costo en el beneficio social agregado y posiblemente también en el ritmo del avance cultural y tecnológico. Ciertamente, la solución eficiente pasa por sacrificar en parte uno de ellos (el acceso universal) a cambio de posibilitar el otro (generar los incentivos adecuados para la producción).

Consideramos errada la concepción de quienes sostienen que, incluso en ausencia de los incentivos que genera la propiedad intelectual, siempre han existido y siempre existirán nuevas creaciones, como supuestamente demuestra la historia. Lo cierto es que la simple existencia de cierta innovación es una cosa y que ésta ocurra en niveles óptimos es algo muy distinto. Si bien la ausencia de propiedad intelectual no impidió la creación de obras como Romeo y Julieta y Los Miserables, las circunstancias en aquellas épocas eran muy diferentes a las actuales y, aunque existía una producción intelectual interesante, e incluso frecuentemente genial, una serie de factores indican que ésta no se daba de forma eficiente ni en cantidades óptimas y que, por el contrario, el sistema obligaba a los inventores y creadores a recurrir a una serie de subterfugios y tácticas para poder hacer que su actividad fuese rentable, lo que desincentivaba la innovación. Quizás no hasta desaparecerla, pero sí llevándola a niveles bastante por debajo del óptimo.⁷ Para ejemplificar este tipo de proceso, imaginemos qué sucedería con la industria cinematográfica si no existiesen derechos de autor sobre las películas. Probablemente no desaparecería, pero muy posiblemente estaría limitada a la proyección en salas cinematográficas, a precios bastante altos. Paradójicamente, el cine se convertiría en cultura de élite y difícil acceso. Toda la industria moderna que gira alrededor de DVDs, Blue-Ray y otros soportes duplicables desaparecería. Posiblemente aparecerían formas alternativas de distribución como el *streaming* por internet, pero sólo en la medida que la tecnología pueda impedir la creación de copias piratas a partir de ésta actividad.

Así, aún tomando en cuenta los estudios de Martin (1998) y Benkler (2006) que indican que la mayoría de científicos e inventores están motivados por la satisfacción intrínseca de investigar y descubrir, o por la búsqueda de reconocimiento⁸, no puede

⁷ LANDES William M. and POSNER Richard A. An Economic Analysis of Copyright Law 18 J. Leg. Stud.

⁸ SALZBERGER, Op. Cit.

desconocerse el hecho de que también estos necesitan una retribución patrimonial, por lo menos si se desea que su producción se de en cantidades eficientes u óptimas. En otras palabras, siempre habrá quienes estén dispuestos a trabajar “por amor al arte”, pero ello siempre será excepcional. Si se pretende que todo el sistema descansa en esta premisa, no se conseguirá sino niveles de producción marginales y sub-óptimos.

Lo anteriormente dicho parece llevarnos a la conclusión de que la existencia de derechos de propiedad intelectual, al menos en lo que toca a los derechos de autor y las patentes, y cuando menos desde un punto de vista económico, se justifican únicamente en tanto y en cuanto sirvan para incentivar la innovación cultural y tecnológica y permitir a los innovadores recuperar su “costo de creación”. En tal sentido, toda protección que exceda la consecución de dichos fines, consistiría una “sobreprotección” y sería contraproducente. Ello es, en buena parte, correcto y significa, entre otras cosas que no se puede meter a todos los derechos de propiedad intelectual “en el mismo saco” puesto que los costos de pueden ser muy distintos dependiendo de la creación de que se trate. No es comparable el costo de oportunidad involucrado, por ejemplo, en producir una canción, una novela o en inventar una trampa para ratones, que la inversión millonaria que puede requerir una producción cinematográfica o el desarrollo de una vacuna o una droga farmacéutica. En tal sentido, parecen válidas ciertas críticas que se hace a los ordenamientos legales que, frecuentemente, pretenden vestir todas las situaciones con el mismo traje en lugar de apuntar a una regulación diferenciada y enfocada en las particulares características de cada industria y cada situación. De otro lado, existen factores prácticos que permiten a los innovadores recuperar sus costos de creación de formas alternativas que no necesariamente involucran la venta de copias. Por ejemplo, el autor de artículos académicos que vive de la consultoría o el músico que vive de presentaciones y conciertos. También hay factores tecnológicos, como la ventaja que tiene el innovador por ser el primero en el mercado y el tiempo que puede llevar al imitador el desarrollo de una copia, especialmente en ciertos productos de rápida obsolescencia, que determinarían la necesidad de una protección menor o, incluso, a que no haya necesidad de protección⁹.

Bienes intelectuales y utilización eficiente de los recursos

Ahora bien, la necesidad de generar incentivos adecuados para la creación e innovación no es la única justificación económica que puede encontrarse para los derechos de propiedad intelectual. Como ya dijimos, en el caso de las marcas y signos distintivos, que tienen consumo rival, la justificación es distinta y nadie la cuestiona. Las marcas y demás signos distintivos hacen posible que exista orden y transparencia en el mercado. Así, permiten la acumulación de reputación o *goodwill*; evitan o minimizan el peligro de confusión; reducen los costos de búsqueda a los consumidores y posibilitan, en buena cuenta, que funcionen los mecanismos de incentivos propios de la competencia, lo cual redundará en bienes y servicios de mejor calidad a menores precios para todos.

⁹ CAVERO, Enrique, Entre el huevo o la gallina y la planchada o la camisa. Introducción al Análisis Económico de la Propiedad Intelectual. En: THEMIS Revista de Derecho No. 62, Pontificia Universidad Católica, Lima, Diciembre 2012

Pero existen también ciertos bienes intelectuales que, sin ser propiamente signos distintivos, tienen consumo rival, pues involucran también una reputación o *goodwill* (que no puede compartirse o trasladarse por ser un atributo inherente al generador). Así por ejemplo, tenemos los derechos de autor sobre personajes de ficción y los llamados *publicity rights*.

Tratándose de bienes intelectuales que tienen consumo rival y que, por lo tanto, no pueden ser calificados como “bienes públicos” en el sentido económico del término, los derechos de propiedad intelectual sirven para asegurar su utilización eficiente y la inversión que resulta necesaria para su preservación y mantenimiento luego de que ya han sido creados, siendo la idea fundamental la necesidad de evitar el parasitismo o “*free riding*”, concepto íntimamente relacionado con la doctrina de la competencia desleal.

Landes y Posner, quienes han desarrollado mejor este argumento, critican al paradigma tradicional de trade off entre incentivos y acceso según el cual los derechos de propiedad intelectual deberían existir únicamente por el tiempo estrictamente necesario para generar los incentivos adecuados a la creación, pues sostienen que, en determinadas ocasiones, resulta necesario evitar la sobreexplotación y el parasitismo, que de otro modo, terminarían destruyendo el valor del bien¹⁰.

La explicación tiene que ver con la denominada “tragedia de los comunes” según la cual, por ejemplo, si tenemos un pastizal que puede ser utilizado por todos libremente para alimentar su ganado, ocurrirá que todos tendrán incentivos para consumir los pastos e incluso para consumirlos en la mayor cantidad y menor tiempo que sea posible, pero nadie tendrá incentivos para mantener el pastizal, sembrarlo y regarlo, porque ello significaría hacer una inversión no recuperable. Una buena parte de la justificación económica del derecho de propiedad está basada en esta idea y en la necesidad de internalizar las externalidades (hacer que los costos sean asumidos por quien los genera) evitando el parasitismo o “*free riding*” y asegurando la utilización eficiente de los recursos.¹¹

Este argumento subyace, por ejemplo, a la teoría económica de la dilución de las marcas notorias y es plenamente aplicable a otros bienes intelectuales como el llamado *right of publicity* (derecho de exclusividad que tiene una persona sobre la utilización de su imagen o representación con fines comerciales). Esta forma de propiedad intelectual tiene una estrecha relación con las marcas y con la competencia desleal, a partir de los respectivos fundamentos de dichas instituciones. Igual a lo que ocurre con las marcas, el nombre y la imagen de una persona sirven para representar su reputación y su prestigio. Y cuando esta reputación tiene un valor comercial en el mercado, es importante evitar que sea dañada o explotada de manera parasitaria, para lo cual entra en juego el derecho de la competencia desleal.¹²

¹⁰ LANDES William M. and POSNER Richard A., *An Economic Analysis of Copyright Law* 18 J. Leg. Stud.

¹¹ HARDIN, Garrett. “*The Tragedy of the Commons*” En: Science 162. 1968. Pp 1243-1248. En: http://www.garretthardinsociety.org/articulos/art_tragedy_of_the_commons.html.

¹² CAVERO, Enrique, *El “right of publicity” y los derechos sobre la imagen y reputación de las celebridades en la industria del entretenimiento*. Revista Ius et Veritas; PUCP, No. 44, Julio de 2012

Así, como explica Posner, el asignar los derechos de propiedad sobre una fotografía publicitaria al individuo fotografiado se justifica económicamente porque tal asignación asegura que el anunciador para quien la fotografía tiene más valor sea quien la compra. Hacer que la fotografía sea de propiedad común de los anunciadores no conseguiría tal objetivo y, por el contrario, el uso multiplicado de una fotografía idéntica para publicitar diferentes productos reduciría su valor publicitario, posiblemente a cero.¹³ La resultante proliferación de la imagen llevaría a confusión, al deterioro de la imagen o simplemente al aburrimiento del público consumidor y, finalmente, la imagen perdería todo valor.¹⁴ Cabe notar, adicionalmente, que la pérdida de valor afectaría no solamente a la fotografía en cuestión y a sus copias sino, precisamente, al individuo fotografiado, su reputación y su cotización comercial.

Así, igual que en el derecho de marcas, parte importante de la razón de ser del "*right of publicity*" es la necesidad de impedir que un bien que tiene determinado valor –en este caso la imagen y reputación de una persona- sea dañado por terceros mediante una utilización que afecte el posicionamiento que le proporciona tal valor, o que lo denigre, o que diluya sus atributos característicos. Esa posible pérdida de valor de la imagen y reputación de una persona o de una marca puede provenir tanto de su utilización excesiva o ineficiente como de su utilización lesiva o dañosa.

Algo similar ocurre con ciertos bienes intelectuales protegidos por el derecho de autor, como son los personajes de ficción. Es interesante notar cómo algunos personajes de ficción tienen una especie de reputación o *goodwill*, análogo a la reputación de las personas. Por ejemplo, si todo el mundo pudiese utilizar el personaje de Mickey Mouse en libros, películas y artículos de mercadeo, el valor del personaje se diluiría rápidamente, no sólo porque el público se cansaría de él, sino porque su imagen podría ser dañada y diluida por representaciones distorsionantes que hicieran algunos autores del mismo, presentándolo como Casanova, como comida de gatos, como defensor de los derechos de los animales o como el sumiso esposo de Minnie.¹⁵

Así, encontramos un tercer argumento económico a favor de ciertos derechos de propiedad intelectual, distinto a la necesidad de generar incentivos a la creación de bienes intelectuales con características de "bienes públicos" (aplicable a las patentes y el derecho de autor) y distinto a la necesidad de proporcionar transparencia y orden al mercado, permitiendo la acumulación de goodwill (aplicable a las marcas y signos distintivos). Este tercer argumento consiste en la necesidad de posibilitar la utilización eficiente de bienes que incorporan reputación o *goodwil* (y que por lo tanto tienen consumo rival, dado que el uso del bien implica el uso de la reputación) evitando su deterioro o daño.

De esta manera, encontramos que, con respecto a los bienes intelectuales que de

¹³ POSNER, Richard A. The Right of Privacy, 12 Georgia Law Review. 393, 411 (1978) – Traducción libre del autor.

¹⁴ LANDES, William M. y POSNER, Richard A., Indefinitely Renewable Copyright (Agosto 1, 2002). U. Chicago Law & Economics, Olin Working Paper No. 154, p. 13. <http://www.law.uchicago.edu/Publications/Working/index.html>

¹⁵ *Ibidem*. p. 15

alguna manera incorporan reputación o goodwill, existe un interés social distinto al de incentivar su creación (aunque indirectamente se incentiva la innovación y la calidad al posibilitarse su reconocimiento y la acumulación de reputación), consistente en proteger los mecanismos del mercado, el cual, a su vez, se puede desdoblar en la necesidad, por un lado, de proteger la transparencia, evitando la confusión y, por otro lado, la necesidad de proteger la integridad de los agentes, evitando el parasitismo y la dilución.

Resumen y conclusión

La principal justificación económica que existe para el establecimiento de derechos de propiedad sobre bienes intelectuales, consistentes básicamente en información, es el llamado "problema de los bienes públicos". Una de las dos características de los bienes públicos, y en particular de la información, es que no se puede excluir a los demás de su uso, o que los costos de exclusión son muy altos. Ello determina que producir bienes intelectuales sea caro y copiarlos barato, circunstancia que empuja el precio de mercado hacia el costo marginal e impide a los creadores recuperar el costo de la creación o innovación, eliminando o reduciendo los incentivos para que ésta se produzca. Los derechos de propiedad intelectual están destinados a generar esos incentivos. Esto aplica a bienes intelectuales que significan innovación y que se protegen, básicamente, por el derecho de patentes y el derecho de autor.

Al mismo tiempo, éstos últimos bienes intelectuales, se caracterizan por que pueden ser utilizados por distintas personas al mismo tiempo sin que ello interfiera con el uso de los demás o reduzca su valor (consumo no rival). Ello determina que sea deseable o conveniente el acceso universal a los mismos. La falta de acceso universal tiene un costo: produce una pérdida social y retrasa el avance de la tecnología y de la cultura, ya que éstas se originan a partir de la información que está en el dominio público.

De esta manera, se produce un conflicto entre la necesidad de generar incentivos a la innovación y la conveniencia del acceso universal a la información. La información existente no se utiliza en todo su potencial debido a los derechos exclusivos que tienen los creadores sobre ésta, pero no existiendo los incentivos adecuados, tal información (o una parte importante de ella) no se produciría en primer lugar.

Una segunda justificación para la existencia de derechos de propiedad intelectual, es proteger el mercado, permitiendo la acumulación de reputación (goodwill), reduciendo costos de transacción, el riesgo de confusión de los consumidores y las conductas parasitarias, generando transparencia e incentivos a la calidad y la innovación. Esto aplica a bienes intelectuales que tienen consumo rival, y se protegen, básicamente, por el derecho de marcas, al derecho de la competencia desleal, el *right of publicity* y ciertos aspectos del derecho de autor.

El establecimiento de reglas eficientes de propiedad intelectual es un reto que implica no sólo adecuarse al nuevo entorno digital globalizado de la era de la información, sino también internalizar las muchas diferencias existentes entre las diversas formas de

bienes intelectuales y sus formas de explotación. A partir de ello y de necesidades puntuales debidamente establecidas, el diseño regulatorio debiera buscar la consecución de sus fines: la transparencia en el mercado y la generación de incentivos para la innovación que sean adecuados, es decir, que no generen más costos que beneficios a la sociedad en su conjunto.