



**Industrias culturales y  
derecho de autor:**

**tendencias en la era de la  
globalización**

**Seminario Internacional sobre  
Derecho de Autor**

Bogotá, 28 de abril de 2008



# Industrias culturales, economía cultural y derecho de autor

- Durante todo el siglo XX, las industrias culturales han crecido en tamaño e importancia, ofreciendo información, entretenimiento en masa, cultura de más o menos alto nivel en un mercado globalizado
- La expansión de las industrias culturales ha sido posible gracias a sucesivos progresos tecnológicos - grabación de sonido, cine, radio, televisión, reprografía, imprenta láser, digitalización e Internet
- Estas tecnologías han transformado la producción y el consumo a *nivel mundial* de los bienes y servicios culturales (artes, entretenimiento, educación), han alterado otros comportamientos económicos, y han requerido una adaptación del derecho de autor



# Industrias culturales, economía cultural y derecho de autor

- La columna vertebral de las industrias culturales es la *creatividad*, en todos los campos, de escritores, compositores, artistas, actores, músicos, diseñadores, artesanos, etc. – mujeres y hombres que producen contenido cultural
- El contenido cultural es distribuido al público por las empresas reunidas bajo la definición de *industrias culturales*
- Pueden ser con/sin ánimo de lucro, algunas de tamaño multi-nacional, otras más pequeñas, algunas basadas en el mercado, otras subvencionadas con fondos públicos y sujetas a regulaciones gubernamentales
- Tanto el *contenido* como la *distribución* son protegidos por el **derecho de autor**, por lo tanto, éste deviene parte integral de la política cultural a través de las industrias culturales



# Hacia una definición de las industrias culturales

- Industrias creativas?

- ... culturales?

- ... basadas en el derecho de autor?

- ... basadas en el contenido?

- ... basadas en el contenido digital?

- **El derecho de autor como base para definir las industrias culturales**

- El elemento unificador es que su esencia es la *creatividad* protegida por el derecho de autor

“actividades que tienen su origen en la creatividad, capacidad y talento individuales, con un potencial para la creación de riqueza y de empleo, a través de la generación y el uso de la propiedad intelectual” (Grupo de Trabajo sobre las industrias culturales – DCMS, UK)



# La economía del derecho de autor en la era digital

- En la época caracterizada por la revolución digital, el derecho de autor ha llegado a ser un elemento imprescindible de las industrias culturales, con implicaciones importantes en relación con los *incentivos* para los artistas – a crear y difundir la *expresión* de sus ideas (rol económico del derecho de autor)
- Derecho exclusivo de utilizar o autorizar a terceros a que utilicen la obra en condiciones convenidas de común acuerdo
- El creador de una obra puede prohibir u autorizar:
  - su reproducción
  - su interpretación o ejecución pública
  - su grabación
  - su transmisión
  - su traducción o su adaptación



# La economía del derecho de autor en la era digital

- **Temas actuales / Preguntas abiertas:**
  - Como se comportan los mercados de los productos culturales, de la información/comunicación, en un entorno dominado por nuevas tendencias tecnológicas?
  - Cuáles problemas para los mercados globales, y para unas industrias convergentes – tanto en términos de tecnologías, como de propiedad?
  - Cuál el impacto de Internet y de la digitalización sobre la producción cultural?



# Retos de las tecnologías digitales al derecho de autor

## ■ En la **creación** de obras:

- Permiten nuevas mezclas de canciones y esfuerzos creativos compartidos, con los consecuentes desafíos a las reglas de uso equitativo/prácticas honestas y a los derechos morales a la integridad de la obra
- Fomentan la creatividad del consumidor a través de *blogs, wikis, podcasts*, periodismo espontáneo
- Alimentan el crecimiento extraordinario de sitios interactivos (My Space, YouTube, 70,000 videos por día)



# Retos de las tecnologías digitales al derecho de autor

## ■ En la **distribución**:

- Dan vida a nuevos modelos de negocio para la distribución de contenidos protegidos por el derecho de autor, basados sobre el carácter disperso de Internet y las preferencias del consumidor
  - Servicios legítimos de P2P (BitTorrent)
  - Ediciones medico-científicas en línea
  - Servicios de video / audio streaming (con o sin protección DRM )





# Retos de las tecnologías digitales al derecho de autor

## ■ En la **protección**:

- Uso de tecnologías de DRM vs. sistema legal de excepciones y limitaciones que permite p. e. la copia privada etc.
- Uso de DRM aumenta la confianza de los autores contra uso ilegítimo

## ■ En la **copia**:

- Representan una verdadera amenaza por la supervivencia de algunas industrias protegidas por el derecho de autor
  - 400,000 a 600,000 descargas ilegales de películas diarias
  - 1000 m. de descargas ilegales de música de P2P networks por mes
- Su uso reduce la conciencia y el respeto por el derecho de autor entre los consumidores



# Panorama de tendencias

- Tecnológicas
- Económicas
  - De ventas
  - De consumo
- Orientaciones políticas



# Tendencias tecnológicas

**Radio AM**

**Televisión B/N – Film sonoro (1930)**

**Teléfono y fibra óptica**

**Computadoras**

**Discos y cintas**

**Radio FM**

**Televisión de color – televisión digital**

**Teléfonos móviles**

**Ordenador personal – Laptop**

**CDs y DVDs**

**Internet**

**Walkman – video games**

**Radio satelitar**

**Televisión por cable – HDTV**

**Bluetooth - Blackberry**

**MP3 – Downloads –**

**I-Pod – Smart Phone – I-phone Gameboy**



# Tendencias tecnológicas

- Tecnologías de *producción en masa* han dejado lugar a *producciones “por nichos”* y a procesos de *adaptación sobre medida*, p.e. *ringtones*, *print-on-demand*, *movies-on demand*, medios interactivos, sitios interactivos de encuentros (Myspace, Youtube)
- Impacto sobre los costos de reproducción y difusión de contenido → costos reducidos, calidad inalterada
- Los procesos de convergencia, digitalización y actuación en red (*networking*) presentan retos considerables para el derecho de autor y la propiedad intelectual



# Tendencias económicas

- La **convergencia** de telecomunicaciones, telefonía, Internet, y contenido cultural ha revolucionado también la venta y el marketing de productos
- La tecnología digital ha cambiado las modalidades en que se manifiesta la piratería y en que se recaudan los royalties
- Ha desestabilizado el balance entre compañías independientes y las grandes compañías de distribución y marketing, aumentando las opciones del consumidor
- Todo esto es el resultado de un más amplio acceso a servicios de Internet, y de una mayor inter-operatividad entre proveedores de contenido, canales de distribución digital y dispositivos de consumación (teléfonos y iPods)



# Tendencias económicas

- En términos económicos, el sector de las industrias culturales tiene una de las más rápidas expansiones a nivel global
  - De 1994 a 2002: exportaciones de US\$39 b. a US\$59 b.
  - El sector representa 7% PIB global → crecimiento 10% por año
- Motor fundamental de la economía digital, ya que la demanda de contenido creativo impulsa ventas de material computadoras, banda ancha, teléfonos móviles, y amplía las transacciones de comercio electrónico (industrias básicas + industrias interdependientes del DA + industrias de apoyo)
- Rol particularmente incisivo en algunos grandes países en desarrollo con fuertes capacidades en el sector audio-visual, y con extensos mercados internos y relacionados con su diáspora, p. e. Brasil, India, México



# Tendencias de ventas de música

- Disminuyen las ventas al por menor
  - las cadenas cierran o se reducen de tamaño
  - Tiendas de descuento remplazan los comercios tradicionales
  - Distribución directa del artista o de las casas disqueras reducen la cuota tradicional del mercado al pormenor
- El nuevo modelo de venta cuenta con:
  - Posibilidad de descarga instantánea de archivos muy diversos
  - Productos que unen hardware y software (p. e. MP3 players, teléfonos móviles, proveedores de audio y foto, etc.)



# Tendencias de ventas de música en línea

- Ventas globales de música en línea en 2007: US\$ 3 b.
  - En aumento del 40% comparado con US\$ 2.1 b. en 2006
- Ventas en línea = 15% del mercado global de la música
  - Aumento del 11% en 2006 y 0% en 2003
- **Corea del Sur** 1er país donde las ventas en línea superan las ventas físicas
- En **Japón** el aumento de las ventas en línea compensa la disminución de ventas de CD, registrando un crecimiento total de las ventas
- 1.7 billones de singles descargados en 2007
  - (aumento del 53% comparado con 2006)

\*(IFPI 2008)





# Tendencias de ventas de música en línea

- Más de 100 formatos disponibles, comparado con menos de 10 en 2003
- Más de 500 servicios legítimos de música digital en 2007 comparado con 30 en 2003
- 6 m. de singles grabados legítimamente en 2007 (1 m. en 2003)
- Descargas ilegales de archivos v/s ventas legales de discos en 2007 = 20:1
  - Violación del derecho de autor sobre Peer-to-Peer Networks (P2P) representa 50-80% de todo el tráfico Internet
- Casas disqueras dejan el DRM a favor de Watermarked audio



# Tendencias de ventas de películas de cine – el caso Bollywood

- 1000 películas producidas por año
- Público en más de 100 países en todo el mundo, incluyendo 25 m. trabajadores indios en el exterior
- Brecha entre la demanda y la oferta en el exterior
  - 33% de los ingresos de la industria cinematográfica india son perdidos a causa de la piratería
- Solución: organizar la distribución vía Internet – simultáneamente con el estreno en las salas (*Rajshri Media*)
  - Crear un nuevo mercado para un público que no habría visto la película o la habría visto en CD pirateado
  - Precio de venta de 0.99\$ a 9.99\$; o sponsoring publicitario
  - Utiliza Media DRM para casi 100% seguridad contra la copia pirata
- Ventajas futuras para los productores independientes: distribución independiente sin los costos de la distribución en las salas



# Tendencias de consumo

- Contenido gratuito
- Contenido a demanda
- Contenidos basados en “reality shows”
- Contenidos generados por el consumidor
- Sitios interactivos “sociales” (MySpace) – Blogs
- **Se borran las fronteras entre creación y consumo**
  - **Se privilegia el acceso al contenido cultural en lugar de la posesión del producto**



# Tendencias políticas

- Políticas para la industrias culturales en el mercado global y en la economía de la digitalización necesariamente distintas de las políticas culturales centradas en los subsidios gubernamentales a los artes tradicionales (siglo XX)
- Políticas deberán ser multifacéticas:
  - Nacionales Y globales
  - Micro Y macro-económicas
  - Proteccionistas Y de libre comercio
- Derecho de autor como un instrumento de las políticas culturales



# Tendencias políticas

- Las políticas económicas deben armonizarse con las políticas culturales
- A pesar de los méritos económicos de diferentes tipos de políticas, el desafío consiste en establecer un **balance** entre beneficios económicos privados por un lado, y beneficios sociales/objetivos culturales por el otro (p. e. salvaguardia de la identidad cultural, idioma, patrimonio y expresiones culturales, de las instituciones artísticas nacionales, entre otros)
- Estrategias nacionales que integran la propiedad intelectual en políticas nacionales de desarrollo y en políticas económicas que reflejan un acuerdo entre distintos sectores – educación, cultura, entretenimiento, información y comunicación



# Tendencias políticas

- Los gobiernos necesitan de todos los instrumentos, políticos, legales y económicos, para proteger la cultura nacional, así como para promover el buen funcionamiento de los mercados y limitar la piratería:
  - Leyes de propiedad intelectual, de competencia / anti-monopolio, sobre la privacidad
  - Garantías financieras, subsidios públicos y participación en la propiedad de empresas/instituciones culturales
  - Alianza / colaboración entre los ISP y la industria musical (Plan Sarkozy 2007 contra la piratería)



# El rol de la OMPI


- Democratización del derecho de autor
  - Amplio espectro de la sociedad interesada en la entera cadena de valores – producción, distribución y consumación
  - El derecho de autor es un elemento fundamental de políticas económicas y culturales que se desarrollan sobre un terreno con intereses polarizados
  - Mayor interés y participación en el debate de parte de los consumidores y de la sociedad, con mayor consideración para soluciones que permitan el uso óptimo del sistema para el bien común
  - Hacia un sistema *equilibrado* entre derechos privados e interés público, y que permita *un justo acceso* a los creadores individuales, tanto en los países en desarrollo como en los países desarrollados



## El rol de la OMPI

- Proteger los intereses de los gobiernos, titulares de derechos y consumidores para limitar los efectos destructivos de la piratería sobre los creadores, las industrias culturales, las economías nacionales y el mercado global – abusos que amenazan la subsistencia y la viabilidad económica de muchas industrias y frustran la riqueza cultural que es nuestro objetivo proteger.
- Continuar su labor en medir la contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en la economía nacional, reafirmando la estrecha relación entre políticas económicas y políticas culturales, y los efectos de las mismas en el contexto global.





“Al igual que la salud física de un país, su salud cultural no puede entregarse únicamente a las fuerzas del mercado, porque no podemos contar que los mercados funcionen sin ayudas. Por lo tanto, el papel de los economistas culturales consistirá en comprender el impacto de las fuerzas del mercado en las industrias culturales, según su evolución, y continuar el análisis de las políticas culturales en esta época de globalización.”

(Ruth Towse)

**Muchas gracias**

**Francesca Toso**

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual  
2008

Francesca.toso@wipo.int