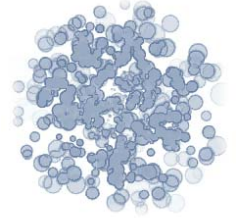


Proyecto de Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias culturales

Francisco Galindo Villoria
Secretario General de la Fundación Autor

Bogotá, 29 de abril de 2008

Índice



- 1) **Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias Culturales en el marco de la Estrategia de Lisboa**
- 2) **Las industrias culturales en la sociedad contemporánea**
- 3) **Las industrias culturales y la tecnología**
- 4) **Modificación del consumo cultural en función del desarrollo tecnológico.**
- 5) **La aportación de las industrias culturales al PIB.**





1. Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias Culturales en el marco de la Estrategia de Lisboa



Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias Culturales

- Guy Bono (PSE, Francia) coordinó, dentro de la Comisión de Educación y Cultura, los trabajos para presentar una moción para conseguir una resolución del Parlamento Europeo sobre las **Industrias Culturales en el contexto de la Estrategia de Lisboa**
- El Parlamento Europeo adoptó el pasado 10 de abril el Informe, a través de una resolución aprobada por 586 votos a favor (36 en contra)



Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias Culturales: contenidos (I)

- **El Parlamento Europeo destaca la función básica de la cultura y la creatividad en la Estrategia de Lisboa:**
 - La cultura y la creatividad supone un activo fundamental para la economía europea y para el desarrollo de su competitividad
 - La cultura y la creatividad como sector dinámico en la creación de empleo
 - Tareas pendientes para el Consejo de Europa y la Comisión:
 - Medidas estratégicas para el desarrollo de las industrias culturales europeas
 - Desarrollo de sistemas de información estadística que permitan conocer fielmente la realidad empírica del sector



Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias Culturales: contenidos (II)

- **El Parlamento Europeo promueve el desarrollo de la movilidad cultural dentro y fuera de Europa:**
 - El Parlamento promueve la movilidad de los servicios y productos culturales dentro del contexto establecido por la Convención de la Unesco sobre la diversidad cultural
 - El Parlamento considera fundamental una gestión colectiva de los derechos de autor y afines en el espacio europeo bien organizada, que promueva la movilidad de la creación.
 - Tareas pendientes para la Comisión:
 - Creación de un grupo de trabajo para analizar la aportación de la cultura al desarrollo social y económico en Europa
 - Estrategias de coordinación de las diferentes políticas y actividades sobre cultura y creatividad



Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias Culturales: contenidos (III)

- **El entorno digital y la lucha contra la piratería:**
 - El Parlamento se pronuncia a favor de medidas de información y concienciación sobre la creatividad, la cultura y el respeto a la propiedad intelectual, aunque rechaza medidas que criminalicen al usuario
 - Tareas pendientes para la Comisión:
 - Medidas para el impulso de los nuevos modelos empresariales culturales en el entorno digital
 - Replanteamiento de la propiedad intelectual y búsqueda conjunta con todos los agentes de soluciones equitativas

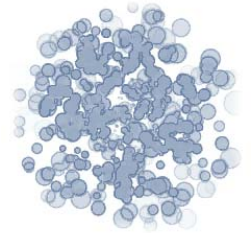


Informe del Parlamento Europeo sobre las Industrias Culturales: contenidos (IV)

- **Apoyo a las industrias de la cultura y la creatividad**
 - El Parlamento considera necesario mejoras en los sistemas de enseñanza y formación, así como promover la igualdad de género dentro del sector.
 - Especificidad de las industrias culturales en los acuerdos comerciales internacionales
 - Tareas pendientes para el Consejo de Europa, la Comisión y los Estados:
 - Desarrollo de formas de financiación mixtas (público/privado), reforma de marcos fiscales, reducción de los tipos impositivos del IVA
 - Para la Comisión: que las industrias culturales sean objetivo prioritario en los fondos estructurales, los programas para PYMES y el 7º Programa Marco de i+d
 - Para la Comisión: que promueva las asociaciones y sinergia entre el sector cultural y el de la innovación



2. Las industrias culturales en la sociedad contemporánea



Peculiaridades del bien cultural

EN UNA SOCIEDAD DE MERCADO, Y EN TÉRMINOS GENERALES, EL BIEN CULTURAL ES UNA MERCANCÍA DE CARACTERÍSTICAS ESPECIALES

- Su demanda es parcialmente inelástica al precio (especialmente en el consumo de cultura de élites)
- Cuanto más se consume, más se demanda (Utilidad marginal creciente)
- Su demanda crece menos que los incrementos de renta, sobre todo en aquellos casos que implican un consumo temporal intensivo.
- La falta de experiencia acumulada impide la demanda sostenida
- El consumo de ciertos tipos de bienes culturales (ópera, música clásica, danza y similares) incrementa el capital simbólico del consumidor



3. Las industrias culturales y la tecnología



Las industrias culturales y la tecnología

3.1 La presión de la tecnología digital sobre los bienes culturales

3.2 La desmaterialización de los bienes culturales y sus consecuencias:

3.2.1 Ubicuidad

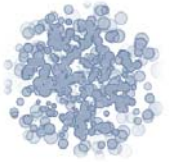
3.2.2 Mutabilidad

3.2.3 Desprotección

3.2.4 Transformación del modelo tradicional de negocio.



4. Modificación del consumo cultural en función del desarrollo tecnológico



Modificación del consumo cultural en función del desarrollo tecnológico

4.1 Democratización del acceso y concentración de los canales.

4.2 El fin de los soportes “off line” y la confirmación del consumo “on line”.

4.3 La segmentación extrema de los bienes consumidos:

- P2P (música y audiovisuales)
- Televisión IP
- Radio digital
- Banda ancha generalizada

Buscadores, usuarios y proveedores en España de Internet



BUSCADORES MAS USADOS EN ESPAÑA	%
WWW.GOOGLE.COM	49,9
WWW.YAHOO.ES	16,3
WWW.MNS.ES	4,3
WWW.TERRA.ES	3,2
WWW.ALTAVISTA.COM	2,7
WWW.LIVE.COM	1,9
WWW.WIKIPEDIA.COM	1,3
WWW.LYCOS.ES	1
WWW.YOUTUBE.COM	0,9
CUADRO DE BUSQUEDA MOZILLA	0,7
WWW.YA.COM	0,5
WWW.MARCA.COM	0,5
WWW.ASK.COM	0,5
CUADRO DE BÚSQUEDA INTERNET EXPLORER	0,5
OTROS	15,9

Fuente: Navegantes en la Red, diciembre 2007.

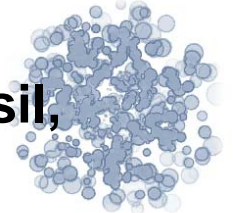
	USUARIOS DE INTERNET	PENETRACIÓN EN CADA AREA
EUROPA	348.125.847	43,40%
España	22.843.915	56,50%
ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ	237088545	70%
AMERICA LATINA	122.796.514	22%
CHINA	210.000.000	15,90%
RESTO DEL MUNDO	401.861.203	11%
TOTAL USUARIOS	1.319.872.109	20%

Fuente: World Internet Statistics, 2007.

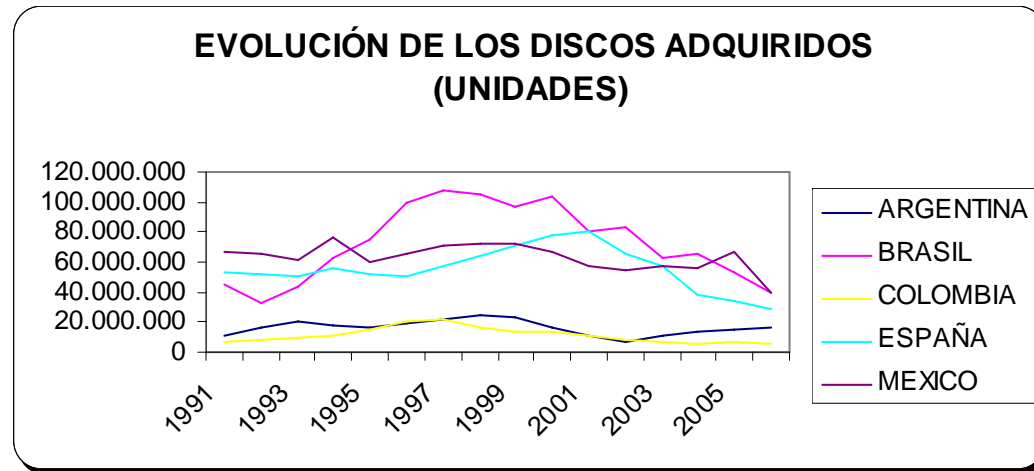
OPERADORES EN ESPAÑA	CUOTA DE MERCADO (%)
TELEFONICA	57,08
ONO	16,5
ORANGE/YA	14,11
TELE 2/VODAFONE	3,43
JAZZTEL	3,2
EUSKALTEL	2,18
R CABLE	1,57
TELECABLE	1,05
OTROS	0,45
IBERBANDA	0,42

Fuente: CMT, 2007.

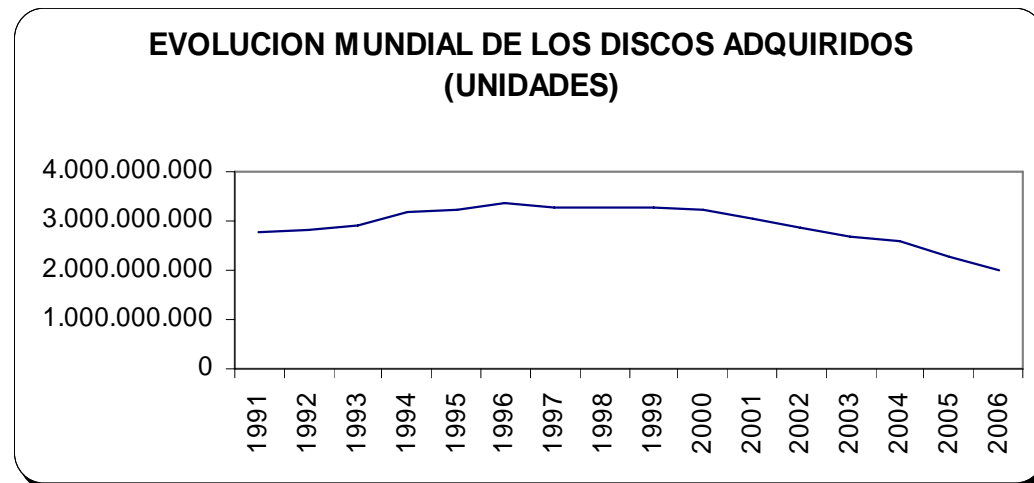




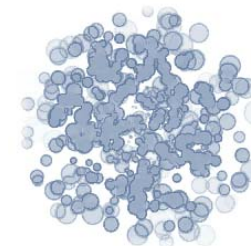
Evolución de la venta de discos en España, Argentina, Brasil, Colombia, México. Evolución del mercado mundial



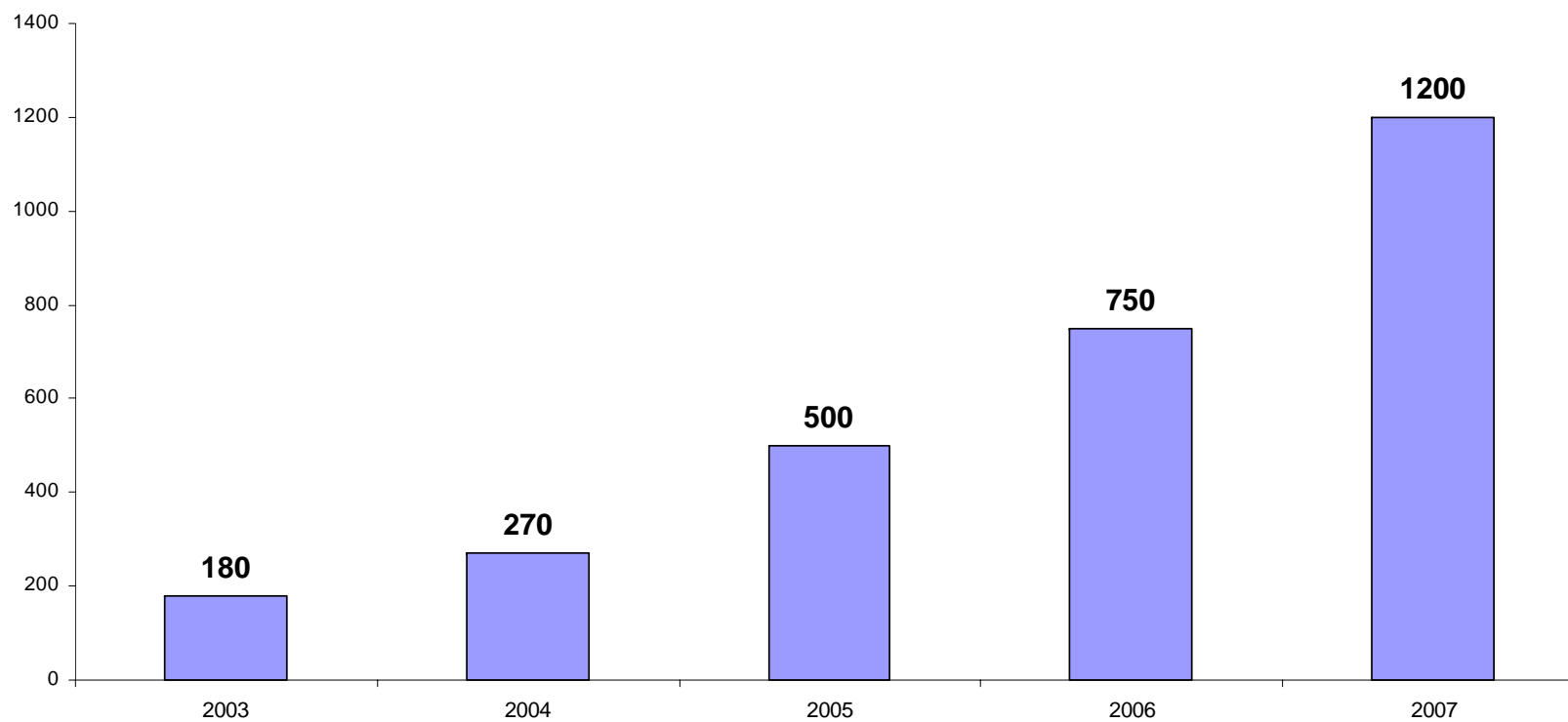
Fuente: IFPI



Fuente: IFPI

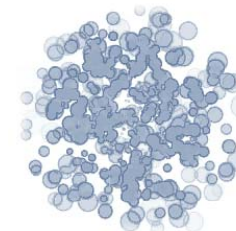


NÚMERO DE DESCARGAS DE ARCHIVOS MUSICALES EN ESPAÑA (MILLONES)

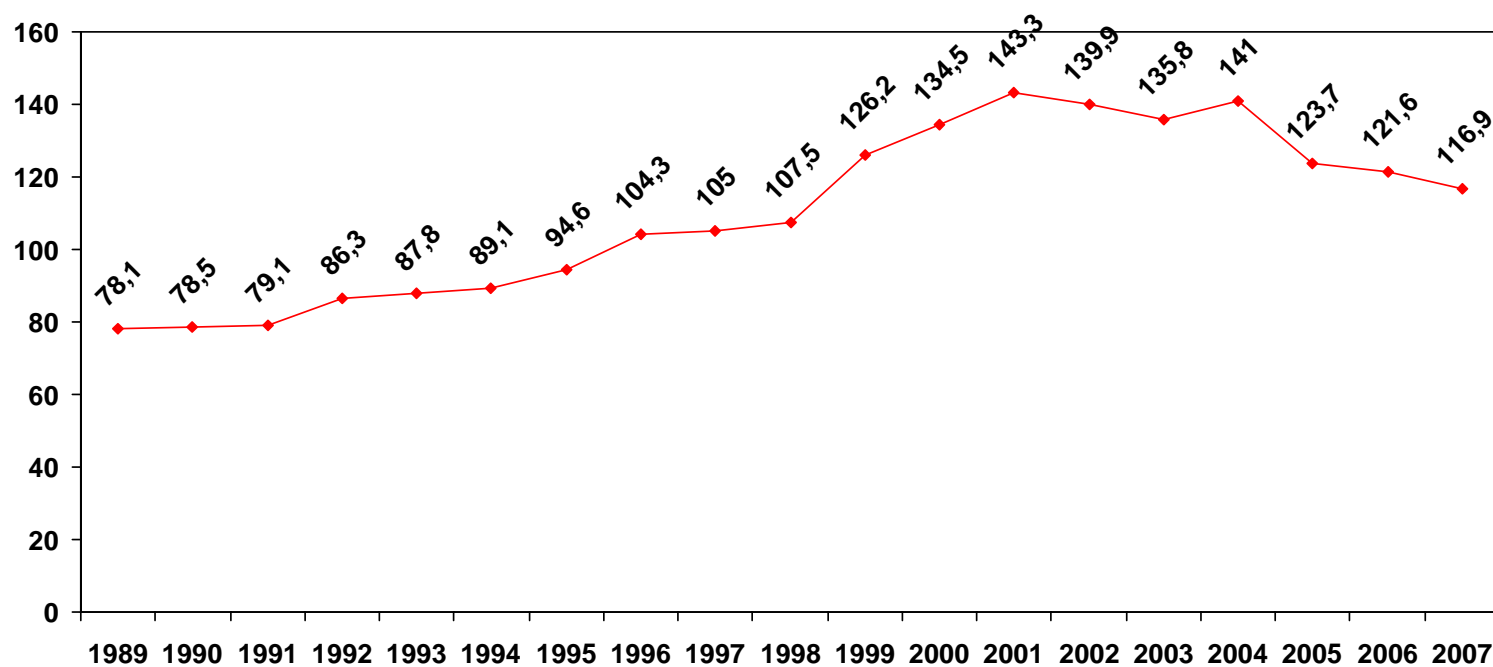


Fuente: SGAE

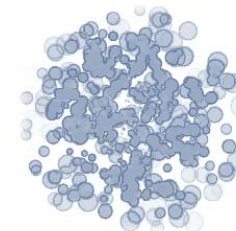
* Solamente el 3% de las descargas de música son legales. ■



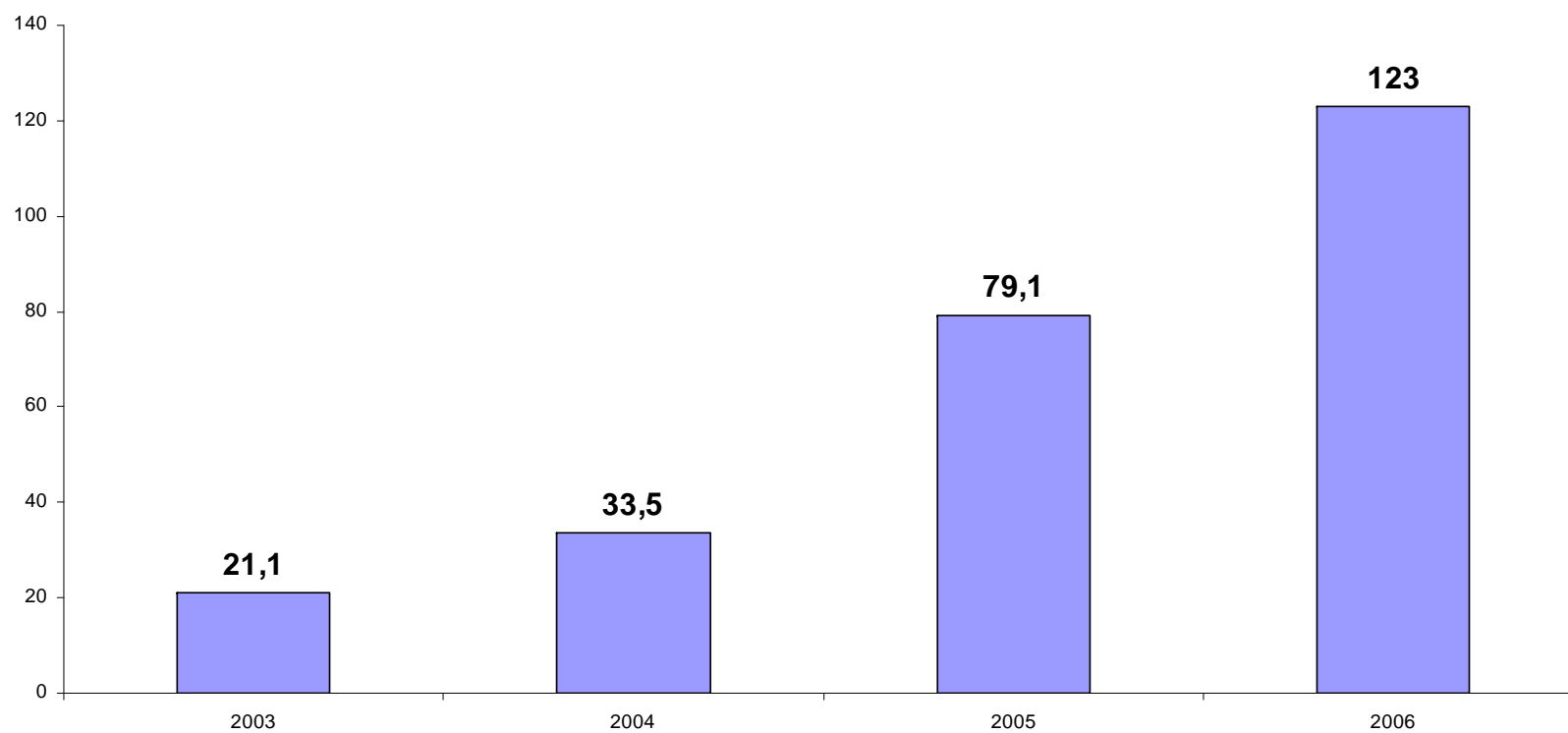
Asistentes a salas de cine en España (número de entradas, en millones)



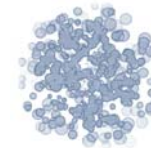
Fuente: Anuario SGAE y Ministerio de Cultura



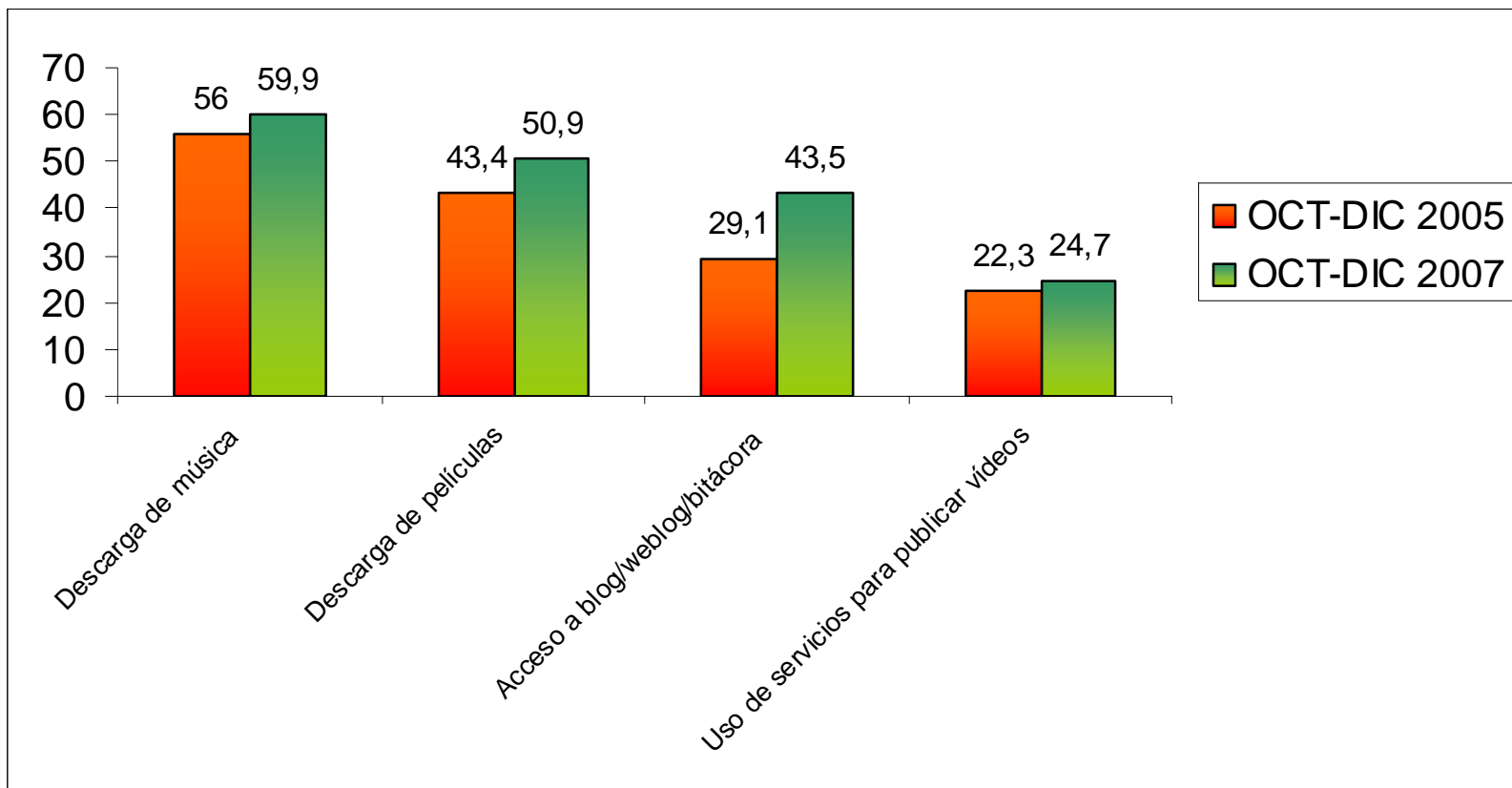
NÚMERO DE DESCARGAS DE PELICULAS EN ESPAÑA (MILLONES)



Fuente: SGAE



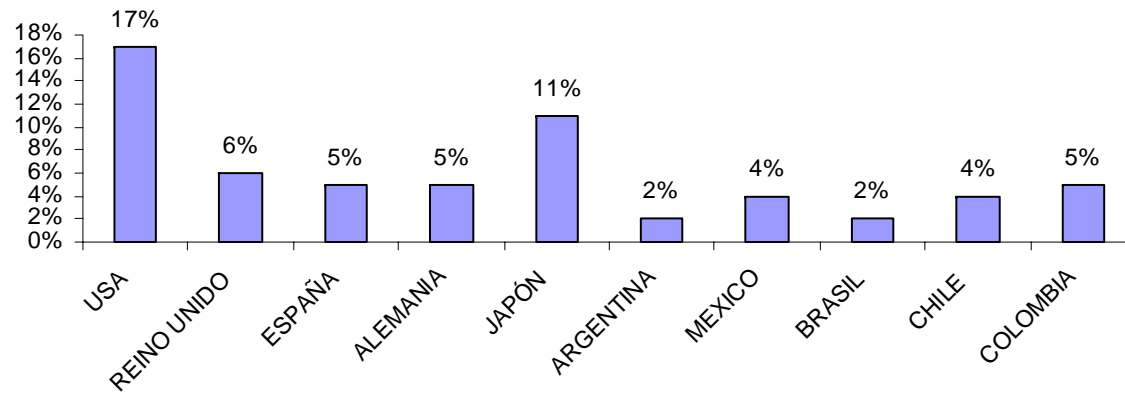
Evolución de usos de Internet relacionados con la cultura en España (% sobre total de usuarios)



Fuente: EGM-Navegantes en la Red

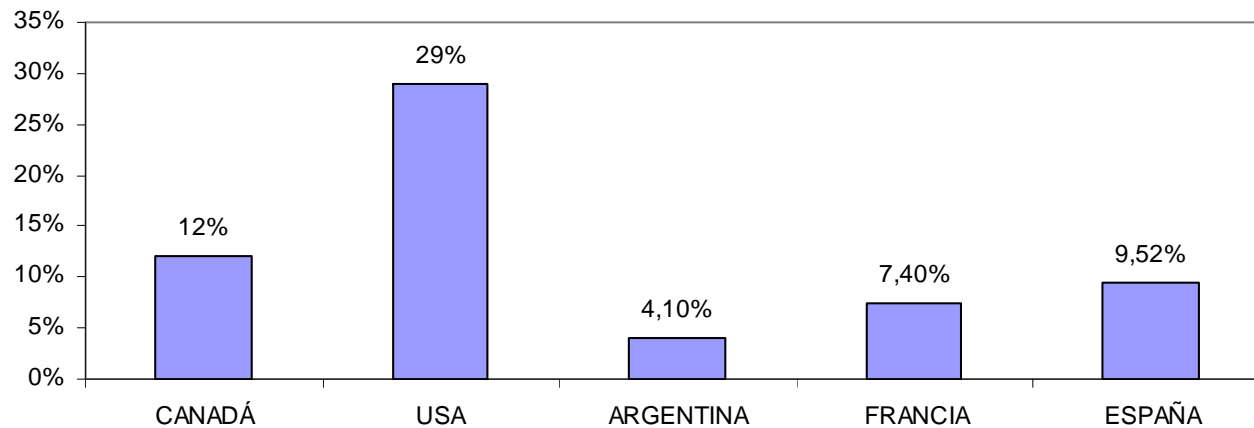


PORCENTAJE DE LAS VENTAS DIGITALES SOBRE EL TOTAL DE VENTAS MUSICALES EN 2006



Fuente: IFPI.

PORCENTAJE DE LAS VENTAS DIGITALES SOBRE LAS VENTAS MUSICALES (2007)



Fuente: IFPI y Promusicae. Datos provisionales.



5. La aportación de las industrias culturales al PIB.



LA APORTACIÓN DE LA CULTURA AL PIB ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE PAÍSES IBEROAMERICANOS

AÑO	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	VENEZUELA	COLOMBIA	ESPAÑA	MÉXICO
1993	6,60%					2,40%	
1994							
1995							
1996							
1997				5,90%		3,70%	
1998		6,70%	1,80%	6%	2%		6,70%
1999				6,50%			
2000	2,32%			6,40%	1,56%		
2001	2,40%		1,90%	6,20%	2%		
2002	2,47%			7,10%			
2003	2,63%					3,90%	6,7%, 4,8%
2004	2,85%						
2005	3%						
2006							



Fuentes:

- **Argentina 1993, Brasil 1998, Chile 1998.** Buainain, Antonio. Estudio sobre la importancia económica de las industrias culturales y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países del MERCOSUR y Chile. OMPI. 2001
- **España 2003.** García Gracia Isabel, Zofío Prieto, Jose Luis y otros. La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio en España. Mc Graw Hill, 2007
- **México 1998.** Ballesteros, Carlos, Zapata López, Fernando, Piedras, Ernesto y otros. Diagnostico del derecho de autor en América Latina. CERLALC, 2007. en base a información de INEGI y Censos Económicos 1998.
- **Chile y Colombia 2001.** Ministerio de Cultura de Colombia, Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003.
- **Argentina 2001-2005.** Cuenta Satélite de la Cultura: Análisis comparativo de la participación de las actividades económicas de la región. Argentina. 2006
- **España 1993.** García Gracia, Isabel, Encinar del Pozo, Ma. Isabel, Muñoz Pérez, Félix. La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB. Fundación Autor/SGAE, Madrid, 1997.
- **España 1997.** García Gracia, Isabel y Zofío Prieto, José Luis. La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio en España. Fundación Autor/SGAE. Madrid, 2003.
- **Venezuela 1997-2002.** Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, Yesenia Medina y Yolanda Quintero Aguilar, La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB, Convenio Andrés Bello, 2005.
- **Colombia 2000.** DANE, Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de Cultura, 2000.
- México 2003 (1). Piedras, Ernesto. Industrias culturales en México: Una actualización de los Cálculos al 2003. 2007 (2) OMPI. 2007