

## MPA y EGEDA anuncian la creación de una alianza regional de productores audiovisuales para América Latina

*El 6 de noviembre de 2006 tuvo lugar, en la residencia del Cónsul General de España en Los Ángeles, el acto de presentación del acuerdo entre la Motion Pictures Association of America (MPA) y la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) para el territorio de Latinoamérica.*

El acuerdo tiene por objeto establecer un frente común para asegurar la protección de los derechos y luchar contra la piratería y el fraude al sector audiovisual en Latinoamérica. Para lograr los objetivos planteados, se agrupan los más importantes repertorios audiovisuales de Estados Unidos, España y los países latinoamericanos, además de las decenas de miles de obras que ya representa EGEDA en el Continente a través de acuerdos con otras entidades de gestión.

Por parte de EGEDA, los compromisos de este acuerdo se desarrollarán a través de las sociedades de gestión creadas en diversos países (Ecuador, Perú, Chile, Colombia, Uruguay) y las que operarán en un futuro próximo en México, Argentina y Brasil.

A través de estas sociedades se están gestionando por EGEDA de forma colectiva ciertos derechos de los productores hasta la fecha no percibidos en Latinoamérica, especialmente la retransmisión por cable. Este derecho, percibido en Europa desde ha-



*De izquierda a derecha: Bob Pisano, Pedro Pérez, Miguel Ángel Benzal, Inocencio Arias y Enrique Cerezo.*

ce más de 25 años, se está explotando en la actualidad sin la autorización de los productores en los distintos países del área.

Este acuerdo propiciará la realización de acciones de promoción del sector audiovisual, así como de formación de profesionales en cada uno de los países de América Latina. Por ello, este convenio está llamado a ser un gran paso en el desarrollo y el fortalecimiento del sector en Latinoamérica.

La relevancia de esta firma queda confirmada por la presencia en Los Ángeles de los principales representantes de cada entidad. Entre otros, asistieron a esta recepción en la residencia del Cónsul General, Inocencio Arias, los presidentes de la MPA

(Bob Pisano), de EGEDA (Enrique Cerezo) y de FAPAE (Pedro Pérez), diferentes ejecutivos de las distintas compañías miembros de la MPA; Steve Solot, Vicepresidente de MPA-LA; Miguel Ángel Benzal, Director General, José Antonio Suárez, Secretario General, y José Miguel Tarodo, Director Antipiratería, de EGEDA, además de muchos otros representantes del sector audiovisual.

El acto sirvió igualmente para anunciar la apertura en 2007 de la oficina de representación de EGEDA en Estados Unidos, EGEDA US Inc., sociedad que estará al servicio de las compañías productoras y distribuidoras españolas y de las radicadas en Estados Unidos.

### Selected Articles from EGEDA Newsletter now Published in English Edition in Back Pages

Articles which are of most importance to EGEDA's international readership can now be read in English in the EGEDA Newsletter (English edition) in the back pages of each quarterly publication of the newsletter. For this issue's selection of articles translated into English, please see page 29.

Se encarta en este boletín un folleto informativo sobre EGEDA Digital y su portal de contenidos audiovisuales, [FilMOTECH.com](http://FilMOTECH.com)



Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales

### OFICINAS CENTRALES

Luis Buñuel, 2 - 3º. Edificio Egeda  
Ciudad de la Imagen  
Pozuelo de Alarcón  
28223 Madrid  
Teléfono: 91 512 16 10  
Fax: 91 512 16 19  
[www.egeda.es](http://www.egeda.es)  
[correo@egeda.es](mailto:correo@egeda.es)

### DELEGACIONES

#### BARCELONA

Consell de Cent, 419, 4º 1ª  
08009 Barcelona  
Teléfono: 93 231 04 14  
Fax: 93 231 33 36

#### SEVILLA

Luis Montoto, 107, portal A, 4º H  
Edificio Cristal  
41007 Sevilla  
Teléfono: 95 457 78 17  
Fax: 95 457 03 29

#### SAN SEBASTIÁN

Ramón María Lili, 7, 1º B  
20002 San Sebastián  
Teléfono: 943 32 19  
Fax: 943 27 54 15

#### LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Franchy y Roca, 5, Oficina 503  
35007 Las Palmas de Gran Canaria  
Teléfono: 928 22 35 73  
Fax: 928 26 71 30

#### SANTIAGO DE COMPOSTELA

Mónaco, 7, bajo A  
15707 Santiago de Compostela  
(La Coruña)  
Teléfono: 981 56 23 44  
Fax: 981 56 23 66

#### VALENCIA

Jorge Juan, 3, 1º - 2º  
46004 Valencia  
Teléfono: 96 328 01 99  
Fax: 96 394 12 12

### OFICINAS EN IBEROAMÉRICA:

Ecuador, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay

### OFICINA EN ESTADOS UNIDOS:

EGEDA US Inc.



EGEDA es la entidad que representa los derechos de propiedad intelectual, en gestión colectiva, de los productores y titulares de obras y grabaciones audiovisuales, a quienes agrupa en su totalidad.

Las colaboraciones de este boletín reflejan exclusivamente la opinión de sus autores, y en modo alguno son suscritas o rechazadas por EGEDA.

# La razón de ser de la compensación equitativa por copia privada

Esta remuneración compensa a los titulares por la reproducción privada de sus obras

*EGEDA es la entidad de gestión que representa y defiende los intereses de los productores audiovisuales en España, entre los que se encuentra la compensación equitativa por copia privada. Ha establecido acuerdos de colaboración con diversas asociaciones y entidades de gestión fuera de España (como los miembros de Eurocopya) con el objeto de garantizar la gestión de los derechos de los productores españoles en el resto de los países, así como de defender y promocionar la producción audiovisual española y europea. Cuenta con representación propia en España, Ecuador, Perú, Uruguay, Chile y Colombia.*

EGEDA, destina un mínimo de un 20% de la recaudación por copia privada a fines promocionales y asistenciales que se centran fundamentalmente en cursos y másters sobre la industria audiovisual, patrocinios a instituciones relacionadas con este campo, actividades promocionales en España y otros países, publicaciones y premios a la producción cinematográfica.

La compensación equitativa por copia privada, que debe ser abonada por los fabricantes y distribuidores de equipos y soportes, permite a los usuarios realizar copias legales para uso privado, protegiendo así los contenidos y a sus creadores y, en definitiva, contribuyendo al desarrollo de la sociedad de la información y la cultura.

Las ventas de soportes DVD vírgenes en España, en el año 2005, fueron de 158 millones de unidades, con un crecimiento espectacular del 828% en el período 2003-2005, que no se explicaría si no fuera porque la mayoría de estos soportes se dedican a la copia de obras protegidas por derechos de propiedad intelectual. Sin embargo, mientras la recaudación por copia privada en el año 2005 ha sido de 87 millones de euros, el volumen de negocio de las empresas tecnológicas fue de 87.872 millones de euros. Es decir, la compensación por copia privada supuso tan sólo en torno a un uno por mil del volumen de negocio de las empresas tecnológicas.

El avance de la sociedad de la información se basa en los contenidos mucho más que en el desarrollo de tecnologías y soportes y, por lo tanto, sin protección de la propiedad intelectual no puede existir nueva creación y la sociedad de la información se pararía. Este derecho que todos los titulares tienen sobre sus creaciones lo recogen todos los acuerdos internacionales, desde la Convención de Berna a las sucesivas directivas de la Unión Europea. Por ello, la copia privada no solamente es un benefi-

cio para el consumidor, que le permite la realización de copias para uso personal y no lucrativo de forma legal, sino que es un beneficio para la sociedad en general.

En los hogares españoles, durante el año 2005, se grabaron en soportes DVD más de 172 millones de horas de obras audiovisuales protegidas por derechos de propiedad intelectual, lo que supone un volumen de ventas aproximado de 1.500 millones de euros. Las previsiones para el año 2006 es que superen las 220 millones de horas. Sin embargo, la recaudación por copia privada escasamente ha alcanzado el 2% del volumen que hubiesen alcanzado en el mercado las horas grabadas.

Prácticamente en todos los países europeos existe una remuneración compensatoria por copia privada, y en aquellos que no existe, se mantiene la prohibición de la realización de esta copia, que, por lo tanto, es ilegal. Respecto a la cuantía de la remuneración, España se encuentra por debajo de la media europea.

Al igual que no se cuestiona el sistema de *royalties* y patentes ni el registro que protege la propiedad industrial, que, por cierto, triplica el importe de lo recaudado como remuneración compensatoria equitativa por copia privada, no se entiende que se cuestione la compensación por copia privada cuando se está legitimando la reproducción de una obra sin la autorización expresa del titular.

La desaparición de esta remuneración produciría un daño irreparable al sector cultural español y europeo, frenando el avance de la sociedad de información, porque sin creadores no hay contenidos, y sin contenidos no existe desarrollo ni progreso.

Para más información:  
Tfno.: (34) 91 512 16 10  
[rsanchez@egeda.es](mailto:rsanchez@egeda.es)



## La cultura frente a las industrias tecnológicas en la Comisión Europea

**La Comisión Europea ha decidido no adoptar este año la Recomendación que pretendía limitar la aplicación de la remuneración por copia privada, ante la demanda del sector artístico y de las industrias culturales en Europa.**

En el orden del día de la agenda del Colegio de Comisarios de la Unión Europea del día 20 de diciembre aparecía la adopción de dicha recomendación; tras diversos retrasos en la fecha de su adopción, el Presidente de la Comisión Europea, José Manuel Durão Barroso, ha decidido posponerla *sine die*.

La inminente ratificación de la convención UNESCO para la protección de la diversidad cultural, así como la movilización de reconocidos artistas, productores y autores europeos unidos a través de la Coalición "¡La Cultura es lo primero!" (*Culture First!*) parecen ser los principales factores influyentes en la decisión del Presidente de la Comisión Europea, así como llamadas de los países miembros de la Unión a la Comisión pidiendo una mejor evaluación antes de llevar a cabo la anunciada reforma, sobre todo teniendo en cuenta el gran impacto para el mundo de la cultura que hubiese supuesto la tramitación de dicha Recomendación.

Le adopción de la Recomendación era una de las prioridades de la Comisión para el año 2006, pero la Dirección General de Mercado Interior, responsable de dicho dossier, no ha logrado demostrar que la remuneración por la copia privada suponga un impedimento para la libre circulación de bienes en la Unión Europea, y mucho menos que suponga un freno a la Sociedad de la Información. Esta decisión ha supuesto un revés importante para los intereses de la ICT, que veía en esta recomendación la futura desaparición del sistema de cánones en materia de propiedad

intelectual, posición contradictoria con la política de protección de los *royalties* por patentes industriales que la industria tecnológica viene defendiendo enérgicamente.

La remuneración por copia privada (también conocida como canon) nace de la imposibilidad de controlar, de forma efectiva, las copias de obras realizadas por una persona física para su uso privado. Esta remuneración existe y se aplica en 20 países de la Unión Europea, siendo, Irlanda, Luxemburgo, Chipre, Malta y el Reino Unido los únicos que no aplican dicha forma de compensación.

La remuneración por copia privada permite que el público en general pueda realizar copias de música, películas y libros para uso privado, y al mismo tiempo permite el resarcimiento de los perjuicios a los titulares de derechos de propiedad intelectual, ya que a éstos se les reconoce el derecho a recibir una compensación equitativa por la reproducción incontrolada de sus obras.

Es importante tener en cuenta que la remuneración compensatoria por copia privada no tiene nada que ver con la piratería, ni es una forma de compensar los cuantiosos daños que ésta genera.

Por Ley, un porcentaje del dinero recaudado de la remuneración por copia privada va destinado a la financiación de proyectos culturales, fondos sociales y actividades de formación relacionadas con el mundo de la cultura.

## Los creadores europeos piden en Bruselas que no se suprima el canon por copia privada

*Diferentes representantes del panorama artístico europeo defendieron en Bruselas el canon por copia privada. Pidieron al Ejecutivo comunitario que no ceda a las presiones, por parte de la industria tecnológica, para que se suprima el canon por copia privada, ya que esto supondría un "dramático" efecto tanto sobre los ingresos del sector como sobre la variedad cultural europea.*

EGEDA participó en la jornada celebrada el 17 de octubre –dentro de la Federación Internacional de Entidades de Gestión EUROCOPYA– junto con otras asociaciones de defensa de los derechos de propiedad intelectual internacionales que formaron la coalición en apoyo y defensa de la cultura.

Los artistas alegaron que la compensación que perciben por parte del canon por copia privada no llega al 1% de los ingresos de la industria tecnológica. Ésta vende y fabrica soportes y dispositivos de grabación con los que se pueden copiar libremente las obras audiovisuales, artísticas y musicales, suponiendo así una amenaza a la creación de obras y al salario de los artistas, autores, productores y creadores.

En el acto se leyó una declaración de Pedro Almodóvar apoyando a los participantes y advirtiendo que la supresión del canon de copia privada dañaría la creatividad y la diversidad cultural europea.

# SM la Reina preside la firma de un convenio de colaboración entre la FAD, EGEDA, la Academia de Cine y FAPAE



- **El objetivo general de este convenio es promover la utilización del cine como herramienta educativa para la prevención de los consumos de drogas y como alternativa de ocio y tiempo libre.**
- **El convenio ha sido firmado por el presidente de la FAD, José Ángel Sánchez Asiáin; el presidente de EGEDA, Enrique Cerezo; la presidenta de la Academia de Cine, Mercedes Sampietro, y el presidente de FAPAE, Pedro Pérez.**

En la sede de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), bajo la presidencia de SM la Reina Doña Sofía, se celebró el 19 de septiembre la firma de un convenio de colaboración entre la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA), la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE) y la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).

El convenio tiene el *objetivo general de promover la utilización del formato audiovisual como herramienta privilegiada preventiva de los consumos de drogas, así como su promoción como alternativa sana de ocio y tiempo libre entre los jóvenes españoles*. La Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) entiende que el cine tiene un papel fundamental en los procesos de socialización, ya que transmite valores y modelos de referencia. Asimismo, su capacidad de difusión y su importancia en las actividades de ocio de la juventud hacen que pueda convertirse en un elemento fundamental en los procesos educativos.

El acuerdo marco suscrito cuenta con un anexo que explicita las acciones concretas

que serán emprendidas por las cuatro entidades firmantes, y que será revisado de forma anual. En este primer convenio las acciones contempladas son:

1. *La aportación anual por parte de EGEDA, FAPAE y la Academia de Cine de 18.000 euros, que irán destinados a aumentar la cobertura geográfica e implementación del programa escolar "Cine y educación en valores" que la FAD desarrolla en numerosos centros escolares desde 1989. Aparte de esta aportación económica, las tres entidades citadas se comprometen a apoyar a la FAD en acciones concretas en centros escolares, jornadas temáticas, congresos, etc., para promover el cine como alternativa de ocio y tiempo libre entre los más jóvenes y hacer patente el enriquecimiento cultural que pueden ofrecer determinadas producciones cinematográficas.*
2. Puesta en marcha de un premio al "Cine y los valores", organizado por todas las entidades firmantes, que premiará de forma anual a las producciones cinematográficas españolas, o a los profesionales o entidades del sector, que se destaquen por la promoción de valores

sociales como la solidaridad, la tolerancia, la integración cultural, etcétera.

3. Establecimiento de un estreno o evento anual a favor de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción que sirva como acto informativo y de promoción del programa "Cine y educación en valores".
4. Cesión de imágenes de películas a la FAD para el desarrollo de sus programas preventivos y, en concreto, para su utilización en el marco del programa "Cine y educación en valores".
5. Asesoramiento a la FAD por parte de EGEDA, la Academia de Cine y FAPAE sobre cualquier tema relacionado con el cine.

La Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) desarrolla su *programa escolar "Cine y educación en valores"* desde el año 1995. Se trata de un programa preventivo basado en el análisis de la temática y el contenido de determinadas películas sobre las que se confeccionan guías didácticas para que el profesor pueda desarrollar actividades en el aula de forma posterior al visionado. El objetivo es, a través del cine, formar al alumnado en valores, actitudes y habilidades sociales que actúen como factores preventivos frente al consumo de drogas.

Desde la implantación de este programa, han participado 1.000.000 de alumnos y 35.500 profesores en 3.600 colegios de toda España. Se han realizado un total de 3.000 proyecciones en centros escolares españoles y la evaluación del programa ha resultado muy positiva tanto entre alumnos como entre profesores.

Así, el 97% de los alumnos de Educación Primaria y el 95% de los de Secundaria se han mostrado muy satisfechos con el programa y el 93% de profesores lo considera muy útil para la educación de los alumnos. Además, el 100% de los alumnos desea seguir participando en "Cine y educación en valores", incluso el 80% del profesorado ha advertido cambios en el comportamiento de los alumnos después de realizar el Programa.

Más información: [psprensa@fad.es](mailto:psprensa@fad.es)

# La comunicación pública en los hoteles

Miguel Ángel Benzal

Director General de EGEDA

***La cuestión relativa a la comunicación pública en los establecimientos hoteleros por la captación de señales de televisión, y su posterior distribución a las habitaciones de los hoteles, ha sido objeto de un duro y prolongado debate jurídico desde los años mil novecientos noventa hasta la actualidad.***

En la citada década se produjeron dos pronunciamientos del Tribunal Supremo sobre el particular en los que se sustentaba la tesis jurídica de la existencia de dicha comunicación pública, con fundamento no sólo en nuestro ordenamiento jurídico interno (artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual), sino también sobre la base del denominado derecho convencional internacional, concretamente, al amparo del Convenio de Berna y del Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio. Se trata de las sentencias del Tribunal Supremo de 17 de julio de 1993 y de 11 de marzo de 1996.

Como consecuencia de tal estado de cosas, las acciones judiciales iniciadas contra aquellos establecimientos hoteleros que no se avenían a negociar la retribución precisa para obtener la autorización de los productores audiovisuales y el importe de ésta, y que realizaban de manera continuada actos de comunicación pública de obras y grabaciones audiovisuales sin consignar ni pagar bajo reserva el importe de las tarifas generales de la entidad, se veían, por regla general, estimadas por los tribunales de rango inferior.

Sin embargo, en el año 2003 se produjo una situación de inseguridad ocasionada por una serie sucesiva de pronunciamientos de signo contradictorio por parte del Tribunal Supremo, que, tras anular una sentencia en la que sostuvo la inexistencia de comunicación pública en el supuesto que estamos contemplando –como consecuencia de un incidente de nulidad de actuaciones suscitado por motivos procesales de envergadura que implicaban indefensión–, dictó otra sentencia, de 31 de enero de 2003, en la que estimó que existía comunicación pública.

Escasos meses más tarde, el 10 de mayo del mismo año 2003, se dictó por el mismo Tribunal una sentencia de la Sala reunida en Pleno, por la que, por el contrario, se indicaba que no existía tal comunicación pública a las habitaciones de los hoteles.

A raíz de esta última sentencia, que los tribunales inferiores percibieron como un cambio de criterio jurisprudencial, al haber sido dictada por el Pleno del Tribunal Supremo, se persiguió por parte de EGEDA, como única vía de solución del problema desde una perspectiva de definición jurídica de la situación, el conseguir el planteamiento por parte de un órgano judicial español de una cuestión prejudicial ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

En el año 2005, dicha cuestión prejudicial se planteó por la Sección Quince de la Audiencia Provincial de Barcelona, que es la única en toda España que se encuentra especializada, entre otras materias, en propiedad intelectual. El planteamiento de la cuestión prejudicial (c-305/05) en un recurso de apelación entre partes, Sociedad General de Autores y Editores y un hotel, provocó como consecuencia la paralización de varios procedimientos judiciales en curso.

Teniendo por causa la insistencia de EGEDA ante el Tribunal Supremo en la necesidad de que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea se pronunciara al respecto, se produjo la reacción por parte del Alto Tribunal ante las dudas suscitadas en su seno en orden a la correcta aplicación del derecho comunitario en esta materia, como consecuencia de lo cual, el Tribunal Supremo ha planteado su primera cuestión prejudicial en materia de propiedad intelectual. Se trata de la cuestión prejudicial c-395/06, publicada en el *Diario Oficial* de la Unión Europea de 2 de diciembre de 2006, en un recurso de casación entre EGEDA y un hotel.

Con posterioridad a la presentación (el 22 de septiembre de 2006) de la petición de decisión prejudicial del Tribunal Supremo en el procedimiento de EGEDA, con fecha 7 de diciembre de 2006 se ha dictado sentencia por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el asunto, idéntico, suscitado por la Audiencia Provincial de Barcelona. El Tribunal de Justicia, en una magnífica sentencia, ha determinado que

- 1) Si bien la mera puesta a disposición de las instalaciones materiales no equivale en sí misma a una comunicación en el sentido de la directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información, *la distribución de una señal por un establecimiento hotelero a los clientes alojados en sus habitaciones, efectuada por medio de televisores, constituye un acto de comunicación al público en el sentido del artículo 3, apartado 1, de dicha Directiva, sea cual fuere la técnica empleada para la transmisión de la señal.*
- 2) *El carácter privado de los dormitorios de un establecimiento hotelero no impide que se considere que la comunicación de una obra en tales habitaciones, efectuada por medio de televisores, constituye un acto de comunicación al público en el sentido de artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2001/29.*



# Algunas consideraciones sobre la puesta a disposición *on line*

Fernando López Soto

Director de Desarrollo Corporativo de EGEDA

***Ante la inminente aparición de la plataforma de puesta a disposición de contenidos audiovisuales Filmotech, de EGEDA Digital, surgen cuestiones que hay que resolver para conseguir que, después de algunos intentos en años precedentes, le llegue el éxito que todo el mundo vaticina al denominado "vídeo on demand" o "vídeo a la carta".***

La tecnología va ofreciendo soluciones más fiables y los DRM ofrecen una mayor seguridad en la protección de los contenidos, aunque, por el momento, aquéllos no sean inexpugnables, como tampoco lo es la sucursal del banco "de la esquina" o los sistemas de información del Pentágono por muchas cámaras y alarmas que ponga el primero o los *firewalls* y sistemas antiintrusión que instale el segundo. Ante los profesionales del delito no nos queda por el momento más solución que aplicarles aquel aforismo que me enseñó mi amigo y letrado D. Evelio: "al indiferente la legislación vigente" (me permito obviar las referencias que la cita le comparaba al amigo o enemigo, por estar fuera de lugar).

A las ventanas de explotación tradicionales habría que añadir una nueva, la que hemos denominado en Egeda Digital "la ventana del futuro". Pues bien, ya está abierta, y de par en par, ahora solamente queda dotarla de contenidos. Primero llegarán los de catálogo, después aquellos que no tuvieron éxito comercial y, por último, los que el público más demanda: los contenidos de estreno, que no son necesariamente los de más calidad. En definitiva, los contenidos atractivos harán que el modelo de negocio sea de verdad rentable.

Por ello, tenemos que articular soluciones para que todos los contenidos, y no solamente los ya amortizados, se incluyan rápidamente y desde su creación en la puesta a disposición; de esta manera se aportará una difusión masiva del arte y la cultura directamente al salón de cada casa, de una manera rápida, cómoda y segura tanto para los usuarios como para los propietarios de los derechos. Todo ello sin olvidarnos de la particularidad del producto audiovisual europeo.

La inclusión de la puesta a disposición en la ventana de *homevideo* es algo que cada vez menos gente cuestiona. Ése puede ser su lugar natural. Alquilo o compro "mis películas" con las comodidades que me ofrece la tecnología. Pero, aun así, no es la solución para que esta ventana sea suficientemente atractiva para el usuario y rentable para el inversor. El usuario demanda novedades y, de momento, solamente las encuentra en las redes ilegales del P2P, por lo que puede que en un futuro no muy lejano se asimile la butaca de una sala a la butaca de un salón del domicilio privado.

Pero, ¿qué va a pasar con las salas? ¿Y con los sistemas de financiación actuales? A estas alturas nadie considera que las salas vayan a desaparecer con la ventana de Internet; ir

al cine es una opción de ocio arraigada en nuestra sociedad como ir al fútbol, ir a cenar a un restaurante o tomar unas cañas con los amigos. Es una opción de ocio que compite contra todo tipo de opciones, y ése es el verdadero problema del cine: la competencia es mayor ahora que hace cincuenta años. Igualmente pasó con los toros cuando monopolizaban hace cien años el ocio de este país, pero luego llegaron el ciclismo, el fútbol, el cine, la televisión, el vídeo, las videoconsolas, y ahora le toca el turno a Internet, con todo lo que conlleva.

Por lo que respecta a la financiación, todo el sector tiene que aportar soluciones. El caballo de batalla son las subvenciones y los contratos de televisión. Para las primeras puede que sea necesario establecer un nuevo mecanismo que mida el éxito de las salas y de las utilizaciones de Internet conjuntamente para computar los derechos de acceso a ese tan preciado dinero público que nuestro sector necesita para competir con aquellos que convirtieron un arte nacido en Francia en una gran industria, la audiovisual. El mecanismo puede ser la creación de una agencia estatal para la verificación de las descargas, participada por el Estado y los titulares de derechos. Ésta puede ser una solución para la rápida implantación de la *dobles ventana* de estreno.

En cuanto a las televisiones de formato tradicional, muchos vaticinan que el modelo actual estará agotado en breve, que habrá alianzas con las Telcos, que se impondrá el *on demand* hasta para ver el informativo de las nueve, pero que ya no será a las nueve, sino cuando uno quiera. En cualquier caso, se seguirán necesitando contenidos, y quizás en el desarrollo de éstos esté su principal actividad.

Si damos soluciones desde todo el sector audiovisual, quizás en un futuro no muy lejano podremos tener unos contenidos protegidos legal y técnicamente, unos ciudadanos más educados en los valores del respeto a la propiedad intelectual (quizás la nueva asignatura denominada *Educación para la Ciudadanía* nos pueda servir como instrumento), un acceso instantáneo y masivo a esos contenidos que favorezca el desarrollo de la sociedad de la información, y una licencia única y legal que otorgue el derecho a la distribución *on line* de contenidos a cualquiera que esté dispuesto a explotarlos a cambio de una contraprestación adecuada y razonable.

Para más información: [flopez@egeda.es](mailto:flopez@egeda.es)

# V Simposio Digital español

## Documento final

*Una vez finalizado el V Simposio Digital Español 2006, "La explotación de obras audiovisuales en el entorno digital", celebrado en Costa Meloneras (Gran Canaria), durante los días 15 y 16 de diciembre de 2006, se recogen aquí las reflexiones y propuestas más significativas derivadas de lo expuesto por los profesionales participantes.*

Siguiendo la selección de los temas propuestos en las mesas y su composición, conviene destacar el espíritu analítico y de debate de unas frente al meramente informativo y difusor de otras, lo que puede explicar el desigual número de comentarios y sugerencias realizadas en cada una de ellas.

Durante este evento han tenido lugar intervenciones y ponencias a cargo de prestigiosos profesionales, entre ellos, directores como Dunia Ayaso y Félix Sabroso, representantes del sector de televisión como Salvador Augustin y Eladio Gutiérrez, productores como José M<sup>a</sup> García, Pancho Casal, Joan Vinaixa, Gerardo Herrero, Juan Luis Pedrero, Feliciano Martín, Manuel Cristóbal, o distribuidores como Juan Carlos Tous, José María Aragonés y Luis de Val, sin faltar el mundo del guión representado por Mercedes Segovia, el campo de las industrias técnicas con José Ramón Rodríguez, o el sector de la exhibición con Xavier Casals y Jesús González, los fabricantes de equipos y tecnología como Fernando Muro, Luís Javier Martínez y Moisés Coronado, así como otras autoridades y responsables públicos y privados con influencia en el sector audiovisual, entre los que se dieron cita en este evento José María Otero, José Juan Bartolomé, Manuel Medina, Fernando Lara, Beatriz de Armas, Rosario Alburquerque, Luis Ortega, relación que se completó con un nutrido grupo de otros gestores culturales, expertos y docentes como Miguel Angel Benzal, Fernando López, José Antonio Suárez, Octavio Dapena, Javier Vacas, Michel Gómez y Jesús Hernández.

Corresponde ahora sintetizar los largos e interesantes debates y discusiones surgidos al hilo del desarrollo estos días del V Simposio, destacando los siguientes aspectos:

### *1. La producción independiente: nuevos contenidos para nuevos soportes de explotación*

- Con la utilización de las nuevas tecnologías digitales, deberíamos tender hacia un proceso de "democratización de la producción" o, lo que es lo mismo, facilitar el acceso de lo que se podría denominar "inmensas minorías" a todo tipo de temáticas e historias, sin distinción de grupos sociales y evitando que los aspectos industriales condicionen este objetivo.
- El sector de la creación no actúa condicionado por la existencia de nuevos soportes para la fijación de las obras, sino por su comercialización. Los procesos de creación siguen siendo los mismos, importando el contenido en sí mismo, la capacidad de contar historias y de crear ficción, o de reflejar la realidad a través del documental.
- Existió coincidencia en el hecho de que se están produciendo muchos cambios simultáneamente, aunque el más importante es el de la *distribución digital en salas o vía Internet*, con la consiguiente modificación en los modelos de negocio y en los hábitos de consumo.
- La *piratería audiovisual* se ha convertido en el gran problema a resolver, si bien, desde su combate por parte del sector profesional y de las administraciones, podremos definir las pautas de consumo futuras del público en general. Es evidente que este fenómeno de la piratería y las descargas ilegales supone un enorme déficit financiero para los productores.

- La tecnología digital puede tener un doble efecto: por un lado, ayudar a la generación de un cine más espectacular, más ambicioso en términos comerciales, alto presupuesto y competitividad y, por otro, fomentar esa apertura a más grupos sociales y consumidores de segmentos sociales minoritarios en clave de "globalización"; todo ello con el riesgo del control de los procesos de creación.
  - Con estos cambios tecnológicos, el modelo publicitario, como fuente de financiación de las producciones audiovisuales, puede verse afectado.
  - Se impone la necesidad de reconvertir tecnológicamente el parque de salas cinematográficas, migración que, en muchas ocasiones, es ralentizada u obstaculizada por las propias multinacionales, ancladas en modelos de financiación tradicionales y contrarias a cambiar tendencias de explotación.
  - El mercado del DVD pasa por un momento difícil, en el que han disminuido considerablemente los volúmenes de ingresos por su comercialización, ante la proliferación de las descargas ilegales por parte del público joven, para quien esta práctica no parece constituir un delito; de ahí que sea necesario abrir un proceso de concienciación social hacia el titular de los derechos de autor de las obras que permita apoyar a esas minorías y al cine español y europeo.
  - En consecuencia, es urgente iniciar un proceso de educación del público infantil y juvenil en hábitos de consumo, dado el elevado grado de disponibilidad de equipos y herramientas tecnológicas en sus propias casas (TV, mp3, PSP o acceso a Internet).
2. *Las nuevas ventanas de explotación: Internet; análisis legal y de mercado de esta nueva ventana y sus posibles repercusiones en el modelo de explotación tradicional*
- Es necesaria para la lucha contra la piratería audiovisual la *puesta a disposición* legal de obras a un precio razonable.
  - Los modelos económicos de negocio se generan entre las empresas y el mercado, razón por la cual la intervención de las administraciones públicas en el mercado audiovisual debe limitarse a evitar desequilibrios y a garantizar la libre competencia.
  - Se subraya la necesidad de que la producción cinematográfica española subvencionada no se halle sujeta, como hasta ahora, a una ventana de explotación de cuatro meses para poder acceder al video / DVD, ya que ello supone una situación de desigualdad de oportunidades respecto a películas de otras procedencias, de la que se aprovechan especialmente las compañías multinacionales.
  - La *puesta a disposición* todavía está en fase muy inicial, justificándose por el hecho de que el consumidor quiere servicios, sin importarle el factor de la piratería y basándose en la doble filosofía de Internet: inmediatez y gratuidad. A lo que hay que añadir su capacidad de revitalización del material de catálogo o librería, con la subsiguiente explotación a más largo plazo de los activos cinematográficos.
- Iniciativas como el ofrecimiento de banda ancha a tarifa plana o los cambios en la televisión de pago, donde se está dando una reorientación hacia los propios gustos del consumidor, sin olvidar la TDT y el apagón analógico, representan un potencial de consumo elevado.
  - Es esencial que los productores sean sensibles a los cambios en el mercado, superando reticencias y abriéndose a nuevas posibilidades de negocio.
  - Debemos recuperar la igualdad para el cine español frente a la televisión y al cine estadounidense, el cual se distribuye en la red por una decisión de negocio sin intervención de la Administración.
  - Hemos de asumir que, frente a la industria audiovisual, existe un perfil de consumidor con una renta superior a la que tenía hace diez años, pero que participa de la cultura de Internet: quiero el contenido y lo quiero ya y, a ser posible, gratis.
3. *Las industrias técnicas a examen: análisis de los modelos económicos a disposición en el mercado; repercusiones en el modelo de explotación tradicional*
- El proceso de implantación de la tecnología digital es similar al que se produjo con ocasión de la radio, la cinta de cassette o el reproductor de video, llamando poderosamente la atención el hecho de que son precisamente las empresas de tecnología las líderes en el mercado en volumen y concentración de negocio (NOKIA, APPLE y GOOGLE).
  - No es posible un cien por cien de contenido digital seguro, por lo que se ha de mantener la honestidad del consumidor y tender a la producción de contenidos rentables siguiendo los modelos de negocio actuales.
4. *La comercialización de los productos audiovisuales. Presente y futuro de la distribución audiovisual*
- Destaca como ventaja la posibilidad de llegar a todos los consumidores en sus propios domicilios.
  - En un ámbito de globalización, es una realidad aceptada que las directivas promulgadas desde la Unión Europea quedan superadas en un espacio de tiempo muy breve, ante la rapidez de los cambios tecnológicos en la industria audiovisual.
  - La revisión de la Directiva de Televisión Sin Fronteras es un claro exponente de cómo la televisión es un medio de la publicidad, que acaba controlándola, aunque no hay que "demonizarla", puesto que el modelo de negocio se establece, precisamente, vía suscripción o publicidad, con lo que se debería establecer un DRM lógico, canalizando una parte de esos ingresos hacia los artistas.
  - La evolución del lenguaje narrativo y artístico se ha visto favorecida por la postproducción digital, buscando el confort para el espectador, huyendo de rigideces técnicas y descubriendo nuevos códigos de lenguaje, para lo que la tecnología digital puede ayudar.
  - Antes de contestar a la pregunta de quién va a pagar la transición al cine digital habría que garantizar la pervivencia de la figura del distribuidor cinematográfico inde-



pendiente, en peligro en la actualidad, ante un escenario problemático, básicamente, por la anterior fusión de las plataformas digitales de televisión y la existencia de multinacionales que operan en nuestro país con ventajas y privilegios ante las televisiones y la exhibición.

#### 5. El sector de la exhibición cinematográfica en España: su visión sobre la migración al soporte digital

- La patronal de la exhibición española, representada por la FECE, consciente de la importancia del fenómeno digital, está abordando estudios y análisis de situación cuyos resultados difundirá en próximas fechas entre todo el sector audiovisual español.
- El modelo de negocio de algunas iniciativas ya realizadas en el campo de la exhibición digital, y apoyadas desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, necesita ser revisado y aclarado para transmitir credibilidad no sólo a los profesionales del sector, sino a las propias administraciones interesadas en su plena implantación.
- Los fabricantes de equipos y tecnología punta, como SONY, han puesto en el mercado iniciativas de gran calidad, tanto en salas de exhibición cinematográfica como en el ámbito doméstico, con elementos de complementariedad que permiten su utilización eficaz.

#### 6. Protección y distribución de los contenidos en formato digital: Internet

- Existe un elevado grado de consumo pero no se paga por ello, lo que demuestra que el negocio está vivo y que la distribución evoluciona.
- Iniciativas como FILMOTECH, de EGEDA DIGITAL, y PIX-BOX, de TELEFÓNICA, demuestran la viabilidad comercial de otras fórmulas complementarias de distribución a las ya existentes, en particular en el campo de la descarga de contenidos digitales de entretenimiento, ya sea mediante pago por descarga, alquiler temporal o suscripción de pago recurrente, y que, además, sirven para disuadir de la práctica de la piratería audiovisual.
- Una significativa inversión en I + D + i, como en el caso de MICROSOFT IBÉRICA, puede resultar estratégica para la seguridad del *software* con el que se desarrollan las aplicaciones informáticas o, lo que es lo mismo, las plataformas, lo que llevaría hacia una correcta utilización del mismo por parte de los usuarios y al trabajo en equipo, por ejemplo, en materia de *hardware*.
- La distribución no autorizada en Internet sigue siendo el caballo de batalla de las entidades de gestión –en particular, de EGEDA– buscando la máxima eficacia en la lucha contra la piratería.
- Mediante la adopción de medidas represivas (denuncias), la negociación básica en el marco de mesas de trabajo con presencia de las administraciones, los operadores de telecomunicaciones y los proveedores de contenidos, y el desarrollo de iniciativas de formación y divulgación, EGEDA ha conseguido importantes resultados en este campo.
- Ya nadie duda, salvo algunos miembros de la carrera fiscal y judicial, que la descarga de contenidos en Internet

será considerada como delito siempre que concurren estos tres aspectos: puesta a disposición no autorizada, perjuicio a terceros y claro ánimo de lucro, considerando éste como la obtención de cualquier ventaja, utilidad o beneficio, de acuerdo con reiterada jurisprudencia del Tribunal Supremo sobre este asunto.

- El "boca a oreja" funciona, en particular, en el terreno de las denuncias contra usuarios fraudulentos, y medidas como el Código ISAN, el *watermarking* y los DRM son de una eficacia probada.
- Debemos considerar el sector audiovisual desde una doble perspectiva: cultural e Industrial.

#### 7. Medidas de apoyo comunitarias a la explotación digital

- A la vista de la experiencia de la red EUROPA CINEMAS, apoyada por el Programa MEDIA de la Comisión Europea, se confirma la necesidad de disponer de ayudas públicas que fomenten la exhibición cinematográfica de películas europeas no nacionales, de forma complementaria con los sistemas nacionales de apoyo al sector.

En este sentido, se están articulando nuevas medidas de estímulo a la digitalización del cine europeo, en concreto, a través del Fondo Europeo de Ayuda a la Coproducción EURIMAGES, del Consejo de Europa, cuyas condiciones están actualmente en estudio.

- Las políticas comunitarias de apoyo al *doblage* podrían cuestionarse en función del apoyo a la diversidad cultural y creativa como principio básico de actuación a escala europea.
- En el proceso de digitalización de las salas de exhibición europeas se deben concretar cuanto antes los períodos de transición en la implantación de equipos y modelos de negocio, ante el riesgo de incremento de costes asumido por las empresas distribuidoras y exhibidoras.
- Se debe alcanzar un máximo consenso en las definiciones de todos los operadores intervinientes en este proceso, en especial, de los difusores de televisión, para lo cual, la revisión de la Directiva de Televisión Sin Fronteras, junto al desarrollo del nuevo Programa MEDIA 2007, resultarán esenciales.

#### 8. FILMOTECH: la propuesta de video on demand de EGEDA Digital

- EGEDA pone en el mercado una herramienta de difusión y comercialización de obras audiovisuales con tecnología avanzada que, partiendo de un catálogo con producto nacional, tendrá muy pronto una dimensión europea mediante su desarrollo con otros socios transnacionales.

#### 9. Medidas de apoyo nacionales a la distribución y a la exhibición digital

- Es necesaria la colaboración con el sector privado en la definición de las políticas de apoyo al sector y para la creación de las condiciones necesarias que faciliten un entorno competitivo, con cambio de mentalidad, de estructuras financieras y marcos de trabajo adecuados en un escenario digital.

- La Administración pública, representada por los departamentos de Cultura e Industria, Turismo y Comercio, ve la oportunidad de este nuevo escenario tecnológico, aunque necesita de estímulos e información del sector para concretar sus acciones.
- Dentro del esquema de ayudas a los sectores de la distribución y la exhibición, a través del Acuerdo ICAA – ICO, la participación ha sido nula, lo que preocupa enormemente, ya que lo que se percibe desde la Administración es un alto grado de indefinición de las necesidades de la industria en este campo.
- Es necesario buscar la calidad técnica y artística de las películas pensando en el espectador porque, si se olvida esta exigencia, aquél podría renunciar a este soporte tradicional y acudir a otros ámbitos de consumo de ocio y entretenimiento.
- Se destaca el valor y la oportunidad para los productores, distribuidores, exhibidores e industrias técnicas de acercarse a la Sociedad de Garantía Recíproca AUDIOVISUAL SGR para obtener los avales y garantías necesarias para la financiación bancaria.

#### 10. La experiencia francesa en la distribución de contenidos on line

- La clave del llamado "modelo francés" es la gran implicación política en el tiempo del Gobierno, a través no sólo

de Cultura sino también de Hacienda, Exteriores e Industria y Telecomunicaciones.

- La creación de plataformas digitales como EGEDA DIGITAL supone un ejemplo a seguir en Europa, dada su complementariedad con las necesidades de la industria en cuanto a distribución digital de contenidos en Internet.
- Existe un acuerdo entre los nuevos operadores de comunicación, el sector profesional y la Administración para la inversión de parte de los ingresos generados en el cine y el audiovisual francés y europeo.

#### 11. El impulso a la industria de contenidos digitales. Una perspectiva de el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

- Desde este departamento ministerial se ha venido regulando la radio y la televisión, sin intervenir en la generación de contenidos audiovisuales, e impulsando la Sociedad de la Información o, lo que es lo mismo, la sociedad digital de la convergencia tecnológica en un contexto de globalización e interactividad.
- Estamos ante un proceso de reconversión de carácter autónomo en manos de los agentes privados, con el peligro de que el cine quede arrastrado por esta gran "oleada tecnológica".

#### 12. TDT: ¿Nuevas oportunidades de negocio?

- La TDT será en 2010 la alternativa tecnológica a las actuales emisiones analógicas en abierto, que se dirigen al público captando audiencias multitudinarias.
- La previsión de una oferta de más de 44 canales por demarcación, como se deduce de los correspondientes planes técnicos, hace necesaria la búsqueda de vías alternativas de financiación, complementarias de la publicidad tradicional, que nunca crecerá del mismo modo que el número de los canales digitales. En esa dirección, la experiencia italiana de productos en pago por visión se considera de gran interés para su evaluación y, en su caso, implantación en España.
- Por otro lado, la necesidad de experimentar la capacidad de acercar la Sociedad de la Información al ciudadano a través de la televisión digital terrestre exige la adquisición de descodificadores interactivos, muy escasos por ahora en el mercado español. Estos dispositivos permiten también servicios de pago por visión para, entre otras posibilidades, visionar cine mediante el pago con tarjetas precargadas sin necesidad de cuotas mensuales. Esta modalidad de transmisión, dirigida a grandes audiencias, se considera de interés para asegurar una mayor difusión del cine español y europeo.
- Por último, la existencia tolerada de emisoras ilegales que no pagan impuestos ni responden ante las sociedades de gestión de derechos es un caso más de piratería que perjudica gravemente al sector audiovisual, lo que debiera ser perseguido, como sucede en el resto de los países europeos de referencia.



Gran Hotel LOPESAN  
Costa Meloneras (Gran Canaria),  
16 de diciembre de 2006.

# El sector cinematográfico debe adaptarse a la revolución digital, según la ministra de Cultura



(Foto: Pipo Fernández)

*El Foro de la Nueva Sociedad organizó el 20 de noviembre de 2006, en el Hotel Ritz, una conferencia-desayuno en la que participó Carmen Calvo, ministra de Cultura, quien mencionó la "gran convulsión" que está suponiendo para el sector cultural, y especialmente para sus industrias punteras, la extensión de la revolución digital, y se refirió a la necesidad de dicho sector, y sobre todo del cine, de adaptarse a las nuevas tecnologías.*

Carmen Calvo apuntó que el sector cinematográfico está sometido a una "espiral acelerada de cambio derivada de un proceso de convergencia multimedia", y "es evidente que necesita afrontar cuanto antes las consecuencias que en la estructura del sistema impondrán elementos como la televisión digital, el desarrollo de Internet, la

producción y la exhibición digital y los soportes digitalizados". A su juicio, la característica esencial del futuro del sector será la multiplicidad de la oferta, cuyos protagonistas serán Internet, la telefonía móvil y las plataformas digitales. Se refirió a las descargas legales de películas a través de Internet, que en España están comenzando

a implantarse gracias a iniciativas como EGEDA Digital. En las salas cinematográficas, la auténtica variación tendrá lugar cuando estén equipadas con sistemas digitales de proyección. Actualmente, sólo hay diez en nuestro país, "aunque esta situación parece que va a cambiar de aquí a 2008, año en que se prevé que más de 400 salas estarán preparadas para recibir digitalmente las películas". En cuanto al DVD, dijo que, a pesar de la piratería, sigue siendo importante. De hecho, en 2005 se comercializaron en España 5.291 títulos —en DVD o VHS—, con un total de 16.969.000 copias, que ingresaron 470 millones de euros (por los 635 de recaudación en las salas).

Según la ministra, el Gobierno proyecta que la nueva Ley del Cine incluya, como uno de sus ejes fundamentales, un sistema de apoyo al sector más efectivo y mejor dotado, que incida por primera vez en España sobre la creación, la producción, la distribución y la exhibición. Expresó además su esperanza de que, ahora que los proveedores de servicios de Internet y otros operadores están ampliando su campo de actividad, irrumpiendo en la producción de contenidos y en la titularidad de derechos, "este nuevo enfoque en su negocio les estimule (...) en la lucha contra la piratería". Concluyó apuntando la necesidad de que las propias industrias culturales trabajen con una visión a largo plazo para lograr su adecuación a las nuevas tecnologías.

## El Fondo de Protección a la Cinematografía (ICAA) contará con 67 millones de euros en los Presupuestos de 2007

*El 26 de septiembre se remitieron al Parlamento los Presupuestos Generales del Estado para 2007. El gasto destinado a la política de Cultura asciende a 1.080,21 millones de euros, incluidos los 82,73 millones de que dispondrá el ICAA. Por su parte, el Fondo de Protección a la Cinematografía, gestionado por ese organismo, se elevará a 67,05 millones.*

Según figura en el proyecto de ley de los Presupuestos Generales del Estado para 2007, el gasto destinado a la política de Cultura asciende a 1.080,21 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 5,1% respecto a 2006. Dentro de los distintos programas de ese departamento, hay que hacer mención obligada al de cinematografía, que asciende a casi 85,23 millones. De éstos, 82,73 millones corresponden al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). Este organismo dedicará el grueso de su presupuesto al Fondo de Protección a la Cinematografía, que dispondrá de 67,05 millones de

euros, frente a 64,5 millones en 2006. Entre otras partidas no incluidas en dicho Fondo destacan los 975.000 euros que se destinarán al Festival de Cine de San Sebastián, los 120.000 que se dirigirán al Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, o los 180.000 que recibirá el ICIC catalán para apoyar las actividades del Centro de Desarrollo Audiovisual (CDA) y la celebración del Cartoon Forum en Girona.

Del mismo modo, el ICAA aportará 108.000 euros a la Fundación Cultural Media para el funcionamiento de la Media Business School, 84.000 euros a

la Fundación Media Desk España, 70.000 euros a FAPAE para sus actividades, y 18.000 euros a la Fundación Centro Buñuel de Calanda. Para ayudas a la cinematografía a través de corporaciones locales se destinan 225.000 euros, y para subvencionar festivales y mercados 865.000. En total, al conjunto de estas actividades, englobadas dentro del epígrafe "transferencias corrientes", se destinarán algo más de 69,72 millones de euros, cifra a la que hay que sumar otras ayudas a la cinematografía a través de empresas privadas por importe de medio millón de euros.

# Carta europea para el desarrollo del cine en línea

*Los grandes de la industria aprobaron la Carta del cine en línea. Los principales representantes de la industria cinematográfica y de contenidos, de los proveedores de servicios de Internet y de los operadores de telecomunicaciones de la UE y los EE.UU. aprobaron en el Festival de Cine de Cannes la Carta europea del cine en línea, que han elaborado conjuntamente bajo los auspicios de la Comisión Europea. Esta Carta (la primera de su tipo en el mundo) define las condiciones previas para que los proveedores de contenidos e infraestructura puedan convertir los servicios de cine en línea en éxito comercial. La Carta servirá de referencia para futuros acuerdos comerciales, así como para una política más amplia sobre contenidos en línea de la Comisión Europea.*

Según Viviane Reding, comisaria europea de Sociedad de la Información y Medios de Comunicación, que había tomado esta iniciativa en mayo de 2005, "la Carta del cine en línea representa un gran paso adelante para la economía digital europea y la industria europea de contenidos. Los servicios en línea ampliarán en gran medida el acceso al cine europeo en toda su diversidad y aumentarán su circulación tanto en la Unión Europea como en los mercados mundiales. Constituye por tanto una buena noticia que los proveedores de contenidos e infraestructura hayan encontrado hoy un terreno de entendimiento para futuros acuerdos comerciales e interprofesionales. Esto inspirará cualquier futura iniciativa reguladora que estudie la Comisión para garantizar que los consumidores puedan tener un fácil acceso a los contenidos en línea lícitos en la Unión Europea".

Lanzada por la Comisión Europea en el Festival de Cannes 2005, en una reunión con representantes de la industria, la *Carta europea del cine en línea* ilustra el consenso del sector en pro del fomento de mercados lícitos para la distribución y venta de películas en línea.

El objetivo de la *Carta europea del cine en línea* es fomentar el desarrollo y la aceptación del cine en línea en Europa. Los signatarios de la *Carta* creen que los servicios de cine en línea, por su potencial económico y cultural, ofrecen una enorme oportunidad para una circulación más amplia de las películas europeas, pueden crear una industria cinematográfica más dinámica y competitiva e impulsarán considerablemente los servicios de banda ancha en Europa.

La *Carta europea del cine en línea* enumera, además, una serie de prácticas recomendables con vistas a la difusión de contenidos audiovisuales lícitos y de fácil acceso para los consumidores. El consen-

so que refleja la *Carta* se refiere a lo siguiente:

- Principio de la disponibilidad de películas sobre bases justas y económicamente viables, combinado con el reconocimiento de que esta disponibilidad depende de la posibilidad de sufragar los altos costes de su producción.
- Reconocimiento de las oportunidades que brindarían unas licencias y certificados de autorización multiterritoriales o paneuropeos, especialmente en el caso de las películas europeas con una distribución limitada fuera de sus territorios principales.
- Necesidad de que los productores de cine, los titulares de derechos y los distribuidores en línea lleguen a acuerdos sobre la ventana de difusión en línea más conveniente, sin olvidar la necesidad de una oferta atractiva para el público.
- Reconocimiento de que la tecnología "de par a par" constituye una evolución positiva para la distribución lícita en línea de contenidos adecuadamente protegidos.
- Necesidad esencial de crear una cultura de respeto de la creatividad y de proteger eficazmente los derechos de propiedad intelectual.
- Compromiso de los proveedores de servicios en línea de abstenerse de difundir a sabiendas publicidad de entidades dedicadas a la piratería o que induzcan intencionadamente a ella, por lo que, tras proceder a la notificación pertinente, tomarán las medidas necesarias para atajar esas prácticas lo antes posible.
- Necesidad de que los proveedores de contenidos y los proveedores de servicios en línea cooperen para proteger el

material sujeto a derechos de propiedad intelectual. Deben fomentarse tecnologías que sean seguras, rentables, sólidas e interoperables, que se basen, en lo posible, en unas normas abiertas y que sirvan en múltiples plataformas y dispositivos.

- Necesidad de programas de incentivos (por ejemplo, Media 2007 y el programa eContent) que contribuyan a reducir los costes de la distribución digital y de las versiones multilingües de las obras europeas en línea.

La *Carta europea del cine en línea* se convertirá en el punto de referencia para toda la industria cinematográfica y de servicios de banda ancha. Está abierta a la aprobación de todas las partes interesadas y se espera que la suscriban muchas otras organizaciones en los próximos meses.

La Comisión considera asimismo que la *Carta europea del cine en línea* constituye un primer paso hacia la formulación de una política de contenidos en línea más amplia en la Unión Europea.

El texto íntegro de la *Carta europea del cine en línea* y la lista de los signatarios se puede consultar en la dirección siguiente:

[http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/other\\_actions/content\\_online/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/other_actions/content_online/index_en.htm)

*European charter for the development and the take-up of film online list of endorsing companies and organisations*

## Signatarios

BBC, Belgacom, CNC, Constantin Film AG, EMI Music, Fastweb S.p.A., France Telecom Group, Gaumont, On Demand Group Ltd., SACD, Tele2 AB, Telecom Italia Media, Thompson, Time Warner, Tiscali S.p.A., UK Film Council, Vivendi, Zentropa Productions.

## La cultura representa el 2,6% del PIB de la Unión Europea y emplea por lo menos a 5,8 millones de europeos, según un estudio publicado en Bruselas

*En un estudio presentado a los ministros de Cultura de la UE el 13 de noviembre, la Comisión Europea subraya la importancia del sector cultural para la economía europea, así como su potencial para crear empleo en mayor cantidad y de mayor calidad en el futuro. Con sus 5,8 millones de empleados, el sector cultural emplea a más personas que la población activa de Grecia e Irlanda juntas. Además, el sector cultural aportó el 2,6% del PIB de la UE en 2003, y tuvo unas tasas de crecimiento superiores a la media de otros sectores económicos.*

Este estudio independiente, encargado por la Comisión Europea, se publicó el 13 de noviembre. Al presentar los resultados a los ministros de cultura de los estados miembros de la UE, Ján Figel', comisario europeo responsable de la educación, de la información, de la cultura y del multilingüismo, dijo: "Este estudio contribuye a romper el prejuicio actual sobre el sector cultural y creativo, mostrando que el arte y la cultura están lejos de ser marginales a su contribución económica. Es más, aportan empleo y, como sector, la cultura y el arte contribuyen a la innovación y al desarrollo económico y social de la Unión Europea, de sus regiones y ciudades. El sector cultural es el motor de la creatividad, y ésta es la base para la innovación social y económica. En este sentido, estoy completamente convencido de que el arte y la cultura europeos constituyen un motor económico y social dinámico al servicio de un crecimiento más fuerte y de mayor empleo y calidad".

El documento resalta la contribución directa (en términos de PIB, de crecimiento y de empleo) e indirecta (lazos entre la creatividad y la innovación, lazos con el sector TIC, desarrollo y atracción regional) de los sectores culturales y de la creación a la Agenda de Lisboa. Las principales conclusiones del estudio son las siguientes:

En términos económicos:

- el sector representó en 2003 el 2,6% del PIB de la UE, superando con esta contribución a la industria química, del caucho y plásticos (2,3%);
- el sector funciona bien e incrementa su parte en la actividad económica;
- entre 1999 y 2003, el aumento del sector se situó en el 12,3%, superior al crecimiento general de la economía europea;
- los datos del volumen de negocio del sector se elevaron a más de 654 millardos de euros en 2003.

En términos sociales:

- 5,8 millones de personas trabajaron en el sector en 2004; es decir, el 3,1% del total de la población activa de la UE-25; esto supone más que la población activa conjunta de Grecia e Irlanda;

- mientras que el empleo total disminuyó en la UE entre 2002 y 2004, el empleo en el sector creció (+1,85%) durante el mismo periodo.

El estudio muestra de este modo que invertir en la cultura es una inversión productiva.

Igualmente, el estudio apela a una estrategia coherente para el sector creativo e incluye una serie de recomendaciones estratégicas para liberar el "potencial de Lisboa" de la economía de la cultura en Europa.

La estrategia propuesta para el futuro se compone de tres grandes directrices:

- mejorar la recogida de datos estadísticos sobre la importancia del sector cultural europeo;
- aportar una contribución mayor a la realización de los objetivos estratégicos de Lisboa para una utilidad más intensiva de los programas europeos, la promoción de la creatividad, la puesta en común de tecnologías y la creación de plataformas conjuntas, la promoción de la inversión en las industrias culturales y la integración de la dimensión cultural en los acuerdos de cooperación internacional establecidos entre la Unión Europea y terceros países;
- poner en marcha una reforma estructural reforzando la coordinación fortalecida de actividades y políticas que inciden en el sector cultural y de la creación dentro de la Comisión Europea.

El estudio alimentará los debates que tendrán lugar en la Cumbre Europea de Lisboa en la primavera de 2007.

El documento será igualmente tenido en cuenta en la comunicación sobre el papel de la cultura en Europa que deberá ser adoptado el próximo año.

El resumen del estudio y su texto completo puede ser consultado en la siguiente dirección:

[http://ec.europa.eu/culture/eac/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/eac/index_en.html)

Para más información sobre las acciones de la UE en el dominio cultural, consulte:

[http://ec.europa.eu/culture/eac/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/eac/index_en.html)

## Un proyecto de investigación europeo La apropiación de las nuevas tecnologías por la juventud, 2006\*

*La recogida de datos e información de la encuesta Mediapro es extraordinariamente amplia y se someterá a un profundo análisis en cada uno de los lugares en los que se realizó este estudio. Los colaboradores de Bélgica, Dinamarca, Estonia, Francia, Grecia, Italia, Polonia, Portugal y el Reino Unido ya se han comprometido a no escatimar esfuerzos para extender y potenciar el estudio de estos resultados.*

No obstante, algunas hipótesis iniciales, así como las líneas de acción e investigación, pueden confirmarse sin necesidad de más esperas, y es posible explorar otras cuestiones.

### Una nueva visión de los peligros de Internet

Europa ha entrado claramente en la era del uso generalizado de Internet, sobre todo entre los jóvenes. Aun cuando el número de nuevos usuarios tienda a crecer más lentamente, la progresión que se observa parece dirigida a comprender la práctica totalidad de la población joven. Paradójicamente, este desarrollo se está convirtiendo en motivo de preocupación, dado que segmentos de la población (y no sólo jóvenes) que carecen de acceso a redes electrónicas terminarán por encontrarse en una situación de alta marginalidad, tanto más cuando, con toda probabilidad, ello se combinará con otros factores como la educación, la vivienda, la nutrición y la salud. Por tanto, está emergiendo una nueva visión de los peligros de Internet: la de quienes no pueden usarlo, es decir, la cibereclusión. Este nuevo peligro reclama indudablemente políticas para dotar de equipos a los jóvenes y sus familias, y garantizarles el acceso a Internet.

### Autoría y responsabilidad: una cuestión de conciencia

La encuesta revela también que mientras los jóvenes están adquiriendo sus conocimientos como usuarios de personas como ellos y de su propia experiencia, encuentran pocos colaboradores adultos para racionalizar y sistematizar los canales espontáneos de aprendizaje que están desarrollando. Naturalmente, la independencia en la instrucción es un factor de calidad, pero muchos jóvenes sienten (y a veces expresan) la necesidad de encontrar un oído atento entre los adultos y, en ocasiones, un diálogo acerca del uso de Internet, los juegos y los teléfonos móviles que la familia y la escuela desarrollan en una dimensión muy limitada.

Como en una encuesta similar realizada en algunos países en 1999-2000, parece que el interés de los jóvenes por estas prácticas y cuestiones sigue encontrando un escaso espacio de expresión, información y debate en casa y en el centro escolar. El aprendizaje de las reglas de los nuevos medios, la legislación pertinente y los puntos de interés relacionados, así como el reflejo de la vigorosa dinámica que los impulsa, están suscitando no obstante un agudo interés entre los jóvenes, que encuentran poco aliciente para la reflexión en lo que les ofrecen las instituciones educativas e industriales.

Si se necesitara más precisión, podrían citarse dos temas importantes, para los cuales la encuesta reveló cierta concienciación entre la juventud, aun dentro de unos niveles de conocimiento y capacidad muy irregulares: el primero es la "autoría", en el sentido de "ser autor de". La técnica de redes está subvirtiendo totalmente la noción de autor heredada de la publicación impresa, ante el carácter más interactivo de las creaciones debido

a la creciente velocidad de los intercambios, lícitos o no. Aun así, la noción de "autoría" no está desapareciendo. Al contrario, la copia y consulta de obras se está convirtiendo en un asunto cultural y comercial de primera importancia, con los controles y amenazas que lo acompañan. Los jóvenes son conscientes de ello, pero su nivel de información es totalmente dispar, con omisiones y errores manifiestos. De naturaleza comparable, el segundo tema se refiere a la noción de "responsabilidad". De nuevo, los jóvenes tienen un sentido de la responsabilidad y, en ocasiones, un asombroso concepto de la moral, caracterizado por la preocupación y el respeto por los demás. Pero, con independencia del grado de concienciación que se suscite, la información y la capacidad de razonar se caracterizan por serias desigualdades, lo que puede poner bajo sospecha el mundo de la educación. Lo mismo puede decirse de la facultad crítica.

### Prevención: la necesidad de enfoques diferenciales y de proximidad

La actitud de los jóvenes ante el peligro merece una atención particular a la luz de la encuesta. Dada la diversidad de prácticas, cada persona se enfrenta a peligros diferentes, dependiendo de su actividad. Por otra parte, algunos jóvenes son desconfiados e incluso temerosos. Predicar la prudencia podría hacerles aún más inseguros, medrosos y dubitativos. Podría inducirseles incluso a cometer errores de juicio, dada su tendencia a desconfiar de su propio criterio. Por el contrario, a otros jóvenes les gusta el peligro. El riesgo les atrae. Los psiquiatras pediátricos han señalado incluso que los jóvenes después de la adolescencia ven en el peligro oportunidades de sufrimiento que les ayudan a madurar. Para ellos, predicar prudencia sobre los peligros puede ser contraproducente, al atraerlos hacia situaciones peligrosas.

En consecuencia, el descubrimiento de las extensas variaciones entre individuos en cuanto se refiere a costumbres, actitudes y representaciones debería hacer que las instituciones a cargo de la prevención desconfiaran de las advertencias generalizadoras, ya que los mismos eslóganes pueden producir efectos enteramente diferentes en distintos jóvenes, a veces diametralmente opuestos a los objetivos (desestabilizando a los más tímidos y sugiriendo peligros a los más arrojados). El asunto de la seguridad de la juventud impone ciertamente unos enfoques generales de información y educación, pero los asuntos más sensibles sólo pueden abordarse teniendo en cuenta los rasgos singulares de cada persona.

Aunque las pantallas han emergido como soportes principales de los nuevos medios, no podemos concluir que el texto vaya a desaparecer, ni tampoco que se generalizarán las imágenes. Aun cuando estén inventando un vocabulario nuevo, los jóvenes se mantienen fieles a la escritura. Tal vez escriban incluso más que antes, aprovechándose de la comodidad (y el bajo coste) de sus mensajes en SMS para lograr una comunicación menos intrusiva y más simbólica.

\* Conclusiones del informe realizado por Mediapro en 2006 con el patrocinio de la Comisión Europea.

## Prácticas de comunicación: en sus primeros pasos

En este contexto, no es fácil todavía identificar nuevas prácticas en la comunicación a través de la imagen. Páginas personales, *blogs* y cámaras en teléfonos son testigo de una apropiación de la imagen para fines de expresión, pero estas prácticas están todavía en sus primeros pasos y, aunque técnicamente posibles, no revelan por el momento innovaciones sobresalientes o usos originales. Los jóvenes captan imágenes de sus "escapadas" con amigos y se retratan con ellos de formas comparables a las fotos tradicionales de familia. Una vez más, los centros escolares no parecen orientarles hacia nuevas prácticas cuando se trata de la imagen documental o expresiva.

Inversamente, la expresión de los jóvenes a través de *chats*, correo electrónico, *blogs* y páginas personales ha entrado claramente en una fase activa para muchos de ellos. Estamos asistiendo al surgimiento del primer medio público de expresión por y para la juventud. Este medio opera esencialmente en círculos de amigos. La tecnología en red hace estas formas nuevas de expresión y presentación de uno mismo visibles para cualquiera, pero las interacciones se limitan en la práctica a círculos de jóvenes agrupados en diferentes grados de amistad. De nuevo, los jóvenes usan los equipos cuando éstos dan sentido a sus relaciones sociales, sus aspiraciones, su campo de intereses. Este acotamiento social es probablemente una ventaja para la seguridad de los jóvenes, ya que no es fácil que un intruso pueda hacerse pasar por un miembro del grupo dados los numerosos signos de reconocimiento, tan difíciles de forjar. Éstos van desde los temas de debate hasta las formas textuales de expresión, que dependen de los valores y los gustos. La pregunta pendiente es si esta apertura social a un círculo de amigos se engranará de forma natural con un acceso y apropiación amplios de espacios sociales más diversificados, estableciendo un itinerario real de técnicas de iniciación y asentamiento civil y cívico para evolucionar plenamente en un espacio multicéntrico. No ha de excluirse ni asegurarse que la expresión, comunicación y juegos entre iguales mantendrán redes relativamente aisladas durante algún tiempo, conformando un mosaico de pequeñas tribus semejantes y encerradas en sí mismas. La cuestión reclama estudios más a fondo sobre el desarrollo a medio y largo plazo de espacios sociales para la comunicación electrónica específicos para cada joven y los hitos educativos relacionados en términos de seguridad y satisfacción social.

## Juegos y culturización

Las nuevas prácticas de juegos, ya sea en solitario o en red, entre algunos jóvenes no pueden considerarse un fenómeno general. Una vez más, se vinculan a perfiles específicos, a entornos sociales y contextos familiares que las explican mejor que su accesibilidad tecnológica. Los jóvenes declaran que participan en estos juegos como experiencias personales. Dicen que siguen jugando mientras les parece interesante o hasta que encuentran otra actividad más atractiva que les sirva de estímulo. Esto no significa que no exista nunca una base de encerramiento o adicción, pero, según la muestra internacional, tales casos parecen extraordinariamente raros y sólo temporales. Por otra parte, estudios realizados en paralelo con los nuestros muestran a menudo que los grupos de jóvenes jugadores en red crean una estética de juego que tiende a excluir a los miembros que juegan "a la antigua". Esto revela una culturización innegable de muchos grupos de juegos, lejos de lo que transmiten las representaciones sociales como imagen del jugador brutal, primario e impulsivo.

El paisaje descrito por el estudio de Mediappro es sin duda más tranquilizador que el expuesto por muchos discursos de los medios, basados en sucesos excepcionales, idealizados o espectaculares. Su relativa banalidad no debe ocultar el hecho de que las instituciones educativas, es decir, en esencia los centros escolares, pero también los espacios y medios educacionales aso-

ciativos (tema de un estudio más en profundidad), no parecen haber calibrado la importancia que han adquirido los nuevos medios en la vida diaria de los jóvenes. Los datos recogidos se basan, naturalmente, en las descripciones de los propios jóvenes, pero sus afirmaciones son coherentes y resisten la comprobación de manera que las hace creíbles. El tenue compromiso de la escuela, según aparece en las declaraciones de los jóvenes en diferentes grados en los nueve países europeos en cuestión, e incluso en Quebec, suscita el temor de que, a pesar de los inmensos logros ligados al desarrollo futuro de las redes electrónicas, los jóvenes reciban sólo una formación superficial para afrontar las oportunidades y los riesgos asociados, a pesar de los categóricos discursos oficiales. Si Internet se convierte en un lugar común, el peligro reside en su trivialización, en una adhesión pasiva y acrítica de los jóvenes al flujo de su desarrollo natural. A través de sus respuestas y entrevistas, los jóvenes deben ser capaces de pensar en el futuro y de adoptar decisiones responsables, pero son pocos los adultos que les invitan a comprometerse en este ejercicio y a construir argumentos complejos y razonados, del mismo modo en que los centros educativos pretenden hacer en otras áreas de nuestro entorno, como la literatura, la geografía, las ciencias y la ética.

## Educadores como agentes principales

Por otra parte, el maravilloso potencial de los nuevos medios para la apertura social y cultural no parece actualizarse de forma natural en manos de los jóvenes europeos, que tienden a ser fieles personas hogareñas. La escuela está surgiendo, más que nunca, como un elemento básico que lleva a los jóvenes a abrirse al mundo, a la diversidad de pueblos y culturas. La tecnología de los medios electrónicos en red estimula inevitablemente las diferencias humanas al enfrentarse al otro, ya que hace a éste visible en todo momento y en cualquier lugar, pero con oportunidades de acceso muy desiguales. Las aptitudes necesarias para mirar a los ojos de los demás y comunicarse con ellos en la curiosidad y el respeto son bastante más complejas que el mero manejo de técnicas informáticas. Tal es el reto de los centros educativos de hoy. Y reclama de las autoridades públicas que subvencionen los medios y recursos necesarios para este fin.

Por último, la encuesta de Mediappro ha dado a los jóvenes la oportunidad de expresar las dificultades que tienen sus padres con Internet, los juegos electrónicos y los teléfonos móviles, vehículos de la "cultura web" en el hogar, con su permanente permeabilidad social que no sólo pone el domicilio familiar en interacción continua con los amigos, sino que comporta además una combinación simultánea de medios electrónicos y sus múltiples demandas. Esta realidad reclama nuevas culturas familiares, pero parece haber pocos lugares en los que los padres puedan implicarse y aprender a descubrir y aplicar nuevos mecanismos y actitudes.

## Una red internacional de investigación

Sería una lástima cerrar esta exposición sin mencionar el hecho de que, gracias al apoyo de la Comisión Europea, Mediappro puso en marcha una red de varias docenas de investigadores y profesionales europeos en medios de comunicación de diversas instituciones de investigación y formación, que decidieron preparar una Europa de las preguntas. El principal objetivo de esta campaña no era proponer un Internet más seguro para los jóvenes a través de un mejor conocimiento de sus prácticas y opiniones. No obstante, al hacerlo, Mediappro reunió un grupo de expertos entusiastas que lograron, a pesar de las dificultades, poner en práctica una cultura internacional y altamente diversificada, capaz de transitar por los rumbos procelosos de una difícil empresa de investigación. Hoy Mediappro expresa sólo dos deseos: multiplicar las iniciativas y acciones producidas por sus resultados y proseguir con los debates y análisis profundos que el estudio de investigación ha demostrado necesarios.

# La industria da la bienvenida a una nueva estrategia entre la UE y los EE.UU. para luchar contra el intercambio mundial de bienes falsificados y pirateados

*Las industrias europeas y estadounidenses han dado la bienvenida a una nueva estrategia conjunta de la UE y los EE.UU. presentada por el Secretario de Comercio de los EE.UU., Carlos Gutiérrez; el Comisario de Comercio de la UE, Peter Mandelson, y el Comisario de Industria de la UE, Gunter Verheugen, el pasado 20 de junio en Viena, con el objetivo de luchar contra el inmenso comercio de bienes falsificados y pirateados. El 21 de junio, el Presidente de los EE.UU., George Bush, y el Presidente de la Comisión Europea, José Manuel Durão Barroso, aprobaron la estrategias en la cumbre entre la UE y los EE.UU. en Viena. Las industrias de muchos sectores han hecho hincapié en la enormidad del problema de la falsificación y la piratería, calculado en un valor de 360 millardos de euros al año. Esta actividad ilegal perjudica a la seguridad del consumidor, merma la competitividad de los negocios y socava las vidas de todos los que trabajan en las industrias creativas e innovadoras.*

La declaración del 20 de junio respecto a una estrategia conjunta y un grupo de trabajo para combatir la falsificación y la piratería es una señal urgentemente necesitada de la determinación política para atacar este desgaste de la economía mundial. La *EU-US Action Strategy for the Enforcement of Intellectual Property Rights* (Estrategia UE-EE.UU. de Acción para la Aplicación de los Derechos de Propiedad Intelectual) facilitará una estructura en la cual las dos administraciones puedan identificar y tomar medidas sobre proyectos específicos en común, con el apoyo y la participación de la industria. En concreto, el comercio mundial da la bienvenida al enfoque del programa en los países prioritarios, China y Rusia. La industria se compromete a contribuir al éxito de este plan conjunto de aplicación facilitando la pericia, así como compartiendo los datos y las mejores prácticas.

Los mercados de la UE y de los EE.UU. están inundados por bienes falsificados y piratas de países terceros. Prácticamente todas las industrias se ven afectadas por este comercio ilegal que socava seriamente la competitividad de las industrias innovadoras y creativas. Los sectores afectados incluyen textiles, comestibles, bebidas, productos farma-

céuticos y automóviles, así como música, cine, televisión y *software*.

La aplicación eficaz y efectiva de las leyes de propiedad intelectual es crítica tanto para los países desarrollados como para los que están en vías de desarrollo. Las economías de muchos países en desarrollo dependen de la inversión interna para la manufactura de productos basados en la propiedad intelectual. Esta inversión tan necesaria se ve seriamente amenazada por la falsificación y la piratería.

Las industrias de ambos lados del Atlántico ya llevan mucho tiempo reclamando más cooperación entre Bruselas y Washington con respecto a este problema tan crítico para el comercio mundial. En la actualidad, esperan resultados concretos de ambas administraciones.

En concreto, la industria reclama al gobierno lo siguiente:

- Identificar y actuar sobre programas comunes y claramente definidos para atacar la falsificación y la piratería de China y Rusia que lleven a resultados y logros mensurables para 2007. Se habría de consultar a la industria durante este proceso.

- Promover nuevas formas de sociedades públicas y privadas con el fin de atacar la piratería y la falsificación, involucrando a todas las agencias de aplicación de la Ley y a todas las industrias afectadas, incluyendo a los detallistas.
- Concienciar a la población sobre los riesgos que plantean los productos falsificados y pirateados a la salud y a la seguridad, además de debilitar la confianza de los consumidores en los productos de marca.
- Fortalecer la legislación que permita la aplicación eficaz de la Ley en lo que respecta a los derechos de la propiedad intelectual.

#### Para más información:

Philip Sheppard, AIM  
tel.: +32 (0) 2 736 03 05  
[philip.sheppard@aim.be](mailto:philip.sheppard@aim.be)

Francine Cunningham, IFPI  
tel.: +32 (0) 511 92 08  
[francine.cunningham@ifpi.org](mailto:francine.cunningham@ifpi.org)

Marie-Therese Huppertz  
TABD, tel.: +32 (0) 2 238 52 41  
GSM, tel.: +32 497 484826  
[mthuppertz@eu.tabd.com](mailto:mthuppertz@eu.tabd.com)



Ilias Konteas, **UNICE**  
tel.: +32 (0)2 237 6551  
i.konteas@unice.be

Brad Hunter,  
**US Chamber of Commerce**  
tel.: +(1) 202 659 6000  
bhuther@uschamber.com

**ACG** - Anti-Counterfeiting Group, UK

**AIM** - European Brands Association

**APM** - Anti-Counterfeiting Group,  
Germany

**BSA** - Business Software Alliance

**Colipa** - European Cosmetic, Toiletry  
and Perfumery Association

**EFPIA** - European Federation of  
Pharmaceutical Industries and  
Associations

**GMA** - Grocery Manufacturers  
Association, US

**IACC** - International Anti-  
Counterfeiting Coalition, US

**ICC / BASCAP** - International Chamber  
of Commerce / Business Action to  
Stop Counterfeiting and Piracy

**IFPI** - Representing the Recording  
Industry Worldwide

**IFSP** - International Federation of  
Spirits Producers

**IMPA** - International Music Publishers  
Association

**ISFE** - Interactive Software Federation  
of Europe

**IVF** - International Video Federation

**MARQUES** - Association of European  
Trade Mark Owners

**MPAA** - Motion Picture Association  
of America

**UNICE** - Confederation of European  
Business

**US Chamber of Commerce**

**RIAA** - Recording Industry Association  
of America

**TABD** - TransAtlantic Business  
Dialogue



## Celebración del Consejo de Administración de EGEDA en el marco del Festival de Sitges 2006

*El martes 10 de octubre se celebró en la sala de Conferencias Moscatell, del hotel Dolce Sitges, la sesión del Consejo de Administración de EGEDA, que estuvo presidida por Enrique Cerezo, presidente de la Entidad, y a la que también asistió Xavier Marcé, director general del ICIC (Institut Català de les Indústries Culturals), dado que en el Orden del Día del Consejo figuraba un apartado dedicado al Convenio Marco de Colaboración firmado en 2005 entre ICIC Y EGEDA para el desarrollo y promoción de las industrias culturales audiovisuales de Cataluña; ambas autoridades expresaron su satisfacción y se mostraron complacidos por el buen balance del acuerdo hasta el momento, e informaron al Consejo de las nuevas iniciativas conjuntas, como por ejemplo, y entre otras, el Estudio Cualitativo sobre Audiencia del Cine que el CDA (Centre de Desenvolupament Empresarial), dependiente del ICIC, y EGEDA llevarán a cabo próximamente, o la voluntad de participación del ICIC en Audiovisual Aval SGR, de la que el ICAA y EGEDA son socios protectores, para el desarrollo de líneas de aval específicas para la financiación de ciertos proyectos de las industrias de la producción, exhibición, distribución, teatral, técnicas y de los videojuegos de Cataluña.*

Asimismo, Enrique Cerezo y Francisco José Jiménez, general manager de Hotel and Conference Centre Sitges, S.L., titular de la explotación del Hotel Dolce Sitges, presentaron al Consejo de Administración de EGEDA el acuerdo que ambas entidades habían alcanzado en materia de derechos de comunicación pública de obras y grabaciones audiovisuales, y por el que EGEDA concede la correspondiente autorización legal al hotel Dolce Sitges para la utilización de contenidos audiovisuales destinados a su comunicación pública a través de los aparatos de televisión instalados en las diversas estancias de acceso al público del citado establecimiento; ambos

representantes convinieron en que el sector de la cultura y el turístico, en este caso concreto el de la propiedad intelectual de los titulares de obras y grabaciones audiovisuales, y el de la hostelería y hospedaje, se benefician recíprocamente y a plena satisfacción el uno del otro, siendo un buen ejemplo eventos tales como el Festival de Sitges.

Posteriormente, los miembros del Consejo de Administración de EGEDA celebraron un almuerzo en las Cavas Mas Tinell de Vilafranca del Penedés, al que asistieron diversas entidades y público de interés del ámbito del audiovisual de Cataluña.

## Noticias recientes sobre el Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos que se celebra anualmente en la Casa de América



*El pasado mes de noviembre, Rubén Mendoza (Colombia) ha sido uno de los ganadores, entre los 16 proyectos presentados, del Fondo de Ayuda al Desarrollo de Guión, otorgado por el Festival Internacional de Cine de Amiens, con su proyecto La sociedad del semáforo. Rubén participa este año en el IV Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos con este mismo proyecto.*

En diciembre han comenzado los rodajes de *A un metro de ti*, de Daniel Henríquez (Chile), proyecto que participó en la primera edición del Curso; y el proyecto *Cordero de Dios*, de Lucía Cedrón (Argentina), quién participó, junto a su coguionista Santiago Giralt, en la segunda edición del Curso.

José Luis Gutiérrez Arias (México), participante del III Curso, ha comenzado el pasado 13 de noviembre su película *Todos los días son tuyos*.

En octubre ha iniciado su rodaje el proyecto *Perro come perro*, de Carlos Moreno (Colombia), participante del Curso 2004 (segunda edición).

*Cara de queso*, de Ariel Winograd (Argentina), se estrenó el 12 de octubre en salas comerciales de Argentina. Este proyecto participó en 2005 en el Curso y tiene previsto su estreno en España en 2007.

La película brasileña *A via lactea*, de Lina Chamie, ha obtenido el Premio Casa de América/Ayuda a la Post-Producción del Festival de Cine de San Sebastián. Lina Chamie y su coguionista Aleksei Wrobel Abib participaron con este proyecto en el I Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos (2003).

Después de haber ganado el Premio Tornasol en el Festival de Guadalajara, por su proyecto *18 cigarrillos y medio*, dotado de 250.000 euros, el paraguayo Marcelo Adrián Tolces Asrilevich, del III Curso, se encuentra en etapa de preproducción. Así como *Rambleras*, de Daniela Speranza Trujillo (Uruguay), quien participó en la primera edición del Curso y, tras recibir el

premio FONA 2004, ha podido poner en marcha la producción de su proyecto.

*Supervivencia*, de Pablo Agüero (Argentina), y *La liebre ciega*, de Salvador Roselli (Argentina), ambos proyectos seleccionados en el III y IV Curso de cine respectivamente, han obtenido el premio en el concurso para primeras y segunda películas convocado por el Instituto de Cine de Argentina.

*El Custodio*, de Rodrigo Moreno, quien participó con este proyecto en el 2003, obtuvo, entre otros galardones, el premio Alfred Bauer en la pasada edición del Festival Internacional de Cine de Berlín.

### Películas producidas

#### I Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos, 2003

- *Los muertos*, de Lisandro Alonso (Argentina)
- *El Custodio*, de Rodrigo Moreno (Argentina)
- *Play*, de Alicia Scherson (Chile)
- *Diario argentino*, de Guadalupe Pérez García (Argentina)
- *Di buen día a papá*, de Fernando Vargas Villazón (Bolivia)

#### II Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos, 2004

- *Habana abierta*, de Arturo Sotto (Cuba)

- *Días azules*, de Miguel Santesmases (España)
- *Hamaca paraguaya*, de Paz Encina (Paraguay)
- *Madeinusa*, de Claudia Llosa Bueno (Perú)

#### III Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos, 2005

- *Cara de queso*, de Ariel Winograd (Argentina)

#### Ayudas del Programa Ibermedia a proyectos que han participado en el Curso de Desarrollo de Proyectos Cinematográficos Iberoamericanos

##### A desarrollo

- *Mi mamá es terrorista*, de Cecilia Maric (Perú), 2001
- *Di buen día a papá*, de Fernando Vargas (Bolivia), 2002
- *Una tumba a cielo abierto*, de Oscar Campos (Colombia), 2003
- *Rambleras*, de Daniela Speranza Trujillo (Uruguay), 2004
- *Incómodos*, de Esteban Menis (Argentina), 2005
- *La tonada del viento*, de Yvette Paz Soldán (Bolivia), 2005
- *Perro come perro*, de Carlos Moreno (Colombia), 2005
- *Rojo vivo*, de Xenia Rivery (Cuba), 2005

##### A coproducción

- *Di buen día a papá*, de Fernando Vargas (Bolivia), 2003
- *El Custodio*, de Rodrigo Moreno (Argentina), 2004
- *Pasajeros*, de Andrés Cotler (Perú), 2004
- *Cordero de Dios*, de Lucía Cadrón (Argentina), 2005
- *Rambleras*, de Daniela Speranza Trujillo (Uruguay), 2005
- *Salsipuedes*, de Diego Arsuaga (Uruguay), 2005

# Actividades en el marco del 54 Festival Internacional de Cine de San Sebastián

*Como todos los años, EGEDA participó activamente en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, cuya 54 edición se celebró entre los días 21 y 30 de septiembre de 2006. Como es habitual, por una parte patrocinó el Sales Office, espacio destinado a facilitar contactos y reuniones, visionado de películas y exposición de materiales promocionales de películas filmadas o en proceso de producción. Por otra parte, patrocinó el ciclo retrospectivo dedicado a Ernest Lubitch.*



En el nuevo espacio remodelado del *Sales Office* instaló un amplio *stand* debidamente equipado tanto para realizar labores informativas como para servir de punto de referencia y apoyo a los socios de la Entidad en sus actividades durante el Festival.

En el marco del *Sales Office* se celebraron algunas actividades en las que participó EGEDA, especialmente en las que tuvieron lugar en el *stand* de la Madrid Film Commission, tales como la presentación del programa Argencine/Madridcine por parte de la Consejería de Cultura y Deporte de la Comunidad de Madrid (día 22), el encuentro de coproducción organizado por Madrid Film Commission e Ile de France Film Commission (día 26) y la presentación de Documenta Madrid y Animadrid (día 27)



La información facilitada tuvo una gran acogida en los medios de comunicación, acorde con la importancia de esta nueva herramienta de apoyo a la financiación del sector audiovisual.

En el segundo caso, se informó de la creación de ARIBSAN por EGEDA, SGAE, FAPAE y SDAE, agencia que administrará el registro del número ISAN en Iberoamérica. ISAN es un proyecto internacional (coordinado por la Agencia Internacional ISAN-IA) para dotar a las obras y grabaciones audiovisuales de un código único que permita su identificación universal, al modo del ISBN para los libros o el ISWC para las obras musicales.

## Audiovisual SGR y Aribsan

El día 25 de septiembre EGEDA convocó a los medios presentes en el Festival y a cuantos socios de la entidad quisieran asistir a una reunión informativa sobre el primer semestre de actividad de Audiovisual SGR y sobre la puesta en marcha y el inicio de actividades de la Agencia Iberoamericana del Registro ISAN (Aribsan).

En el primer caso, se informó a los asistentes del contenido y objetivos de la sociedad de garantía recíproca, del inicio de su actividad efectiva como avalista en marzo de 2006 y de la evolución de ésta entre marzo y junio en cuanto a número de solicitudes recibidas, examinadas por la Comisión Ejecutiva y aceptadas o rechazadas, así como de sus importes globales. Se informó asimismo de la evolución del número de socios y del capital social, y de los convenios cerrados con otras entidades del sector y con entidades financieras, en este caso para abrir líneas de crédito.



giones a ambos lados del Pirineo (Aquitania, Andorra, Aragón, Cataluña, País Vasco, Languedoc-Rousillon, Midi-Pyrénées y Navarra). La jornada incluyó sesiones de *pitching* y una agenda de reuniones individuales para propiciar la discusión de los proyectos seleccionados.

En la edición 2006 estuvieron presentes 74 participantes de 54 entidades. Se presentaron seis proyectos de documental y seis de ficción y animación, y se celebró, como colofón, una reunión de los responsables audiovisuales de las regiones que componen la Comunidad de Trabajo del Pirineo (CTP).

## II Foro Transpirenaico de Coproducción

Patrocinado específicamente por EGEDA, al margen del patrocinio al Festival, se celebró en el marco de éste, el día 28 de septiembre, el II Foro Transpirenaico de Coproducción Audiovisual y Cinematográfica, organizado por la Asociación de Productores Audiovisuales Independientes del País Vasco (Ibaia) con la colaboración del propio Festival y de varias entidades públicas vascas y guipuzcoanas.

El objetivo de este foro es ofrecer un punto de encuentro a los profesionales del sector audiovisual para fomentar las coproducciones entre productores de las re-

## II Premio Spain Film Commission Ciudad de San Sebastián

El 26 de septiembre, el alcalde de San Sebastián, Odón Elorza, y el presidente de la Spain Film Commission, Carlos Rosado, entregaron el II Premio Spain Film Commission, dotado con 12.000 euros, a la productora Mallerich Films-Paco Poch por su película *La leyenda del tiempo*, dirigida por Iñaki Lacuesta, quien recibió una placa conmemorativa. Este premio, que se otorga anualmente en el marco del Festival de San Sebastián, se concede a un film que ponga en valor ciudades y regiones (destacando sus valores urbanísticos, paisajísticos, culturales y sociales), contribuyendo a que sean identificadas como espacios de interés para el rodaje de productos audiovisuales.



## 2nd. London Spanish Film Festival

Por segundo año consecutivo, se ha celebrado en Londres, concretamente en el Cine Lumière del Instituto Francés, el London Spanish Film Festival, único dedicado al cine español en Gran Bretaña. Organizado por Tristana Media, cuenta con la colaboración de la Embajada de España, el Instituto Francés y el Instituto Cervantes, y con el patrocinio de varias firmas británicas y españolas. EGEDA colabora con los organizadores en lo referente a la localización y cesión de films para su proyección.

En esta segunda edición, celebrada entre los días 8 y 20 de septiembre, se han proyectado un total de veintidós largometrajes, nueve de ellos en el ciclo homenaje a Carmen Maura. Los largometrajes no incluidos en este ciclo eran producciones de los años 2004 y 2005. También se proyectó una selección de cortos españoles (cinco) de los años 2004, 2005 y 2006.

Dada la afluencia de público y el éxito mediático de este joven Festival, se espera que su tercera edición (2007) sea la de su despegue definitivo en un ámbito geográfico donde las muestras de cine español hasta la fecha han oscilado entre lo esporádico y lo inexistente.



www.latinofilm.org

## Se celebró a primeros de octubre de 2006 el X Festival Internacional de Cine Latino de Los Ángeles, del que EGEDA es Presenting Sponsor

España contó con una importante presencia en la décima edición del Festival Internacional de Cine Latino de Los Ángeles (LALIFF), que se desarrolló en el Egyptian Theatre de esa ciudad estadounidense desde el 5 hasta el 15 de octubre. Además, en el evento se entregó este año el premio honorífico Gabi, en reconocimiento a su trayectoria, al actor andaluz Antonio Banderas.

La sección oficial del Los Angeles Latino International Film Festival incluye varias secciones competitivas. En la de largometrajes, han sido once los trabajos a concurso, entre los que figuran el español *La niebla en las palmeras*, de Lola Salvador y Carlos Molinero, y coproducciones en las que han participado empresas de nuestro país como *La vida perra de Juanita Narboni*, de Farida Benlyazid (con Marruecos), *La fiesta del chivo*, de Luis Llosa (con el Reino Unido y Perú), e *Iluminados por el fuego*, de Tristán Bauer, y *El camino de San Diego* (ambas con Argentina). Este año, el evento ha creado un nuevo concurso de óperas primas, en el que han participado otros trece títulos, entre ellos los españoles *La leyenda del tiempo*, de Iñaki Lacuesta, y *7 vírgenes*, de Alberto Rodríguez, o el chileno *Pretendiendo*, de Claudio Dabed, que clausuró el Festival. En cuanto al apartado de cortometrajes, donde el certamen está calificado para los Oscar, entre los finalistas participaron trabajos españoles como *El amor a las 4 de la tarde*, de Sebastián Alfie, *Contracuerpo*, de Eduardo Chaperó-Jackson, *Con lujo de detalle*, de Héctor Falcón, *A ciegas...*, de Salvador Gómez Cuenca, *Corrientes circulares*, de Mikel Alvariño, *Íntimos*, de Frank Spano, *In vulnerable*, de Álvaro Pastor, *Sarean*, de Asier Altuna, y el de animación *The Tell Tale Heart*, de Raúl García.

En cuanto a las secciones paralelas, "Panorama" nos acerca a una interesante se-

cción de títulos iberoamericanos (entre los que se encuentran el español *Los aires difíciles*, de Gerardo Herrero, y algunas coproducciones como *Elsa & Fred*, de Marcos Carnevale, y "Spotlight on Andalucía Cinema" reúne cinco largometrajes andaluces (los ya citados *7 vírgenes*, *La leyenda del tiempo*, *La perra vida de Juanita Narboni* y *Los aires difíciles*, y *Solas*, de Benito Zambrano). También se ha realizado un acercamiento a la cinematografía brasileña, y se ha dedicado un ciclo a la inmigración, a través de diversos largos, cortos y documentales, entre los que figuraban los filmes españoles *Flores de otro mundo*, de Iciar Bollain, y *Las cartas de Alou*, de Montxo Armendáriz, y el corto *Sarean*. Por último, se han proyectado varias secciones de documentales, como "World Visions", otra de trabajos realizados por la Latino Public Broadcasting (LPB), y dos más con obras sobre arte y cultura (en el que se exhibió, entre otros, el español *Cineastas contra magnates*, de Carlos Benpar) y sobre música. En el apartado de homenajes, el Festival entregó el premio honorífico "Gabi", en reconocimiento a su trayectoria y contribución al cine, al actor español Antonio Banderas. El acto tuvo lugar en la gala de clausura del festival, el 14 de octubre. Para finalizar, como en ediciones anteriores, LALIFF, que fue fundado en 1996 por Edward James Olmos y Marlene Dermer, ha contado con una amplia oferta de actividades paralelas.

## III Festival Internacional de Cine para la Infancia y la Juventud (FICI)

Entre los días 13 y 20 de noviembre de 2006 se celebró en Dreams Cinema Palacio de Hielo, de Madrid, el III Festival Internacional de Cine para la Infancia y la Juventud (FICI), que contó con el apoyo de la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid, y con el patrocinio de EGEDA y otras instituciones. Durante la semana que duró, el FICI contó con la presencia de más de 14.000 niños y jóvenes de 160 colegios de la Comunidad de Madrid, que pudieron participar gratuitamente en una serie de talleres educativos sobre creación de personajes animados, animación de personajes, museo interactivo de cine, e imaginación a través del sonido (elementos cotidianos que permiten crear paisajes sonoros para las películas).

en coloquios y debates en las salas de proyección.

El Festival ha ofrecido también en 2006 una retrospectiva del cine de la República de Estonia, contando con la asistencia de los directores Jaak Kilmi y René Reinumägi, y de Lili Pilt, de Estonia Film Foundation.

Una de las actividades más relevantes del Festival ha sido la celebración de conferen-

cias y mesas redondas con perspectiva nacional e internacional sobre temas importantes para el audiovisual infantil y juvenil. Concretamente, se celebraron mesas redondas sobre "Calificación por edades del contenido audiovisual en diferentes países europeos" y "La enseñanza de lo audiovisual en los sistemas educativos europeos", en las que participaron profesionales del sector audiovisual y de la educación de Suecia, Estonia, Alemania, Francia y España.



En esta edición se han proyectado cincuenta y cinco películas de todo el mundo, contando con la presencia de los directores Martin Koolhoven (holandés), Sirous Hassapour (irani), Antonio Carlos Da Fontoura (brasileño) y Lena Hans Clyne (sueca), así como de actores, productores y guionistas que participaron

## Los premios de Volver

El éxito de la película *Volver*, dirigida por Pedro Almodóvar y producida por El Deseo, en la gala de entrega de los Premios de la Academia Europea de Cine (EFA), celebrado el 2 de diciembre en Varsovia, ha significado un hito relevante en el camino de éxito que viene recorriendo desde el comienzo de su andadura.

En la gala de la EFA obtuvo cinco premios: al mejor director (Pedro Almodóvar), a la mejor actriz (Penélope Cruz), al mejor director de fotografía (José Luis Alcaine), al mejor compositor (Alberto Iglesias) y a la mejor película según el público.

Como sabemos, en Cannes logró el premio al mejor guión (Pedro Almodóvar) y el premio de interpretación femenina a todos sus intérpretes: Penélope Cruz, Carmen Maura, Lola Dueñas, Blanca Portillo y Chus Lampreave.

En septiembre fue elegida por los miembros de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas para representar a España en la 79 edición de los Oscar de Hollywood en la categoría de mejor película de habla no inglesa.

Ya en octubre recibió dos de los Hollywood Awards que concede el Hollywood Film Festival: el premio a la mejor película extranjera\* y el premio a la mejor actriz (Penélope Cruz).

\* Es importante destacar que entre sus rivales para este premio se encontraban films de tanto éxito como: *El laberinto del fauno*, de Guillermo del Toro; *La reina*, de Stephen Frears; *El viento que agita la cebada*, de Ken Loach; *Buenos Aires 1977*, de Adrián Caetano, y *Red Road*, de Andrea Arnold.



## Cae un 26% el mercado del DVD en 2005

El mercado del DVD, hasta hace poco inmune a la piratería y, por consiguiente, tabla de salvación de las compañías discográficas y cinematográficas, registró en 2005 unas cifras de ventas un 26% inferiores a las del año anterior. Es uno de los datos que incluye el *Anuario de la Sociedad General de Autores (SGAE)*, que se presentó en Madrid el 21 de junio de 2006.

Por octavo año, la SGAE presentó este informe que recopila diversos datos referentes a las industrias culturales. "Si no se tienen datos", avisó ayer el secretario general de la Fundación Autor, Francisco Galindo, "es difícil hacer reflexiones". Y la reflexión que se hace desde la SGAE es muy poco esperanzadora. "Aunque hay una amplia voluntad de reforma cultural, en el terreno de los soportes (CD y DVD), esa voluntad de reforma no acaba de concretarse en la práctica. A los españoles nos falta eficiencia cultural y asumir la responsabilidad colectiva".

Galindo se refirió así al descenso de un 5,2% de ventas de discos, una cifra muy distante del 0,4% que ha perdido el mercado mundial de venta de música. "A escala mundial, llueve pero menos. En España, sigue lloviendo, y hasta granizando", resumió el secretario de la Fundación Autor. De nuevo apoyándose en los datos, Galindo recordó que del gasto de 17 euros en discos por persona y año (dos álbumes) en 2001, España ha pasado en 2006 a 10 euros, o lo que es lo mismo, un álbum al año.

Para Galindo, existe "una relación directa causa-efecto entre el descenso de ventas de discos y DVD y el número de descargas ilegales por internet", que el anuario cifra en 509 millones para archivos musicales y 80 millones para películas.

El anuario también recoge un descenso en el número de salas de cine (el primero desde 1993) y en el número de espectadores (de 141 millones a 123, es decir, un 16%). Aun así, España es el tercer país de Europa en asistencia al cine.

## Las descargas ilegales de música y películas en internet se duplicaron en España durante 2005

**Más de 130 representantes de 48 países debatieron los días 8 y 9 de junio de 2006 en el Hotel Meliá Castilla sobre cómo frenar el huracán que devasta la industria discográfica internacional. La Conferencia Mundial contra la Piratería es una cita bianual que desde 2000 se ha celebrado en Dublín, Amsterdam, Ciudad del Cabo y Miami. Este año Madrid fue elegida para la cita como capital del país con mayor índice de piratería de toda la Unión Europea y uno de los diez más afectados por el problema a escala planetaria, junto a Brasil, China, India, Indonesia, Pakistán, Paraguay, Rusia, México y Ucrania.**

Desde las mantas de nuestro país se despacharon 12,5 millones de copias ilegales de CD y DVD en 2005 (lo que supone un descenso del 2% con respecto al año anterior), pero las descargas ilegales en internet se duplicaron, sobrepasando los 508 millones. Lo que según Promusicae (Productores de Música de España) ha supuesto la destrucción del mercado en un 40% en los últimos cuatro años y se ha traducido en la pérdida del 20% de los empleos del sector; ha supuesto asimismo, que las compañías redujeran sus lanzamientos en un 14%. La conferencia se inauguró el 8 de junio con la presencia de John Ken-

nedy, presidente de IFPI, asociación que representa a las empresas discográficas de todo el mundo; Antonio Guisasaola, presidente de Promusicae; Concepción Becerra, secretaria general técnica del Ministerio de Cultura, en representación de la ministra Carmen Calvo, y la cantante Carmen París. Becerra expuso el Plan Integral contra la Piratería que el Gobierno puso en marcha en abril de 2005, mientras París reivindicó a los "autores pequeños" como principales víctimas del fenómeno: "A los que además somos intérpretes nos vienen a ver a los conciertos, pero ellos son los que no pueden comer de su trabajo", dijo.

## Aumentan las intervenciones por piratería en 2005

**Lo incautado supera los 250 millones de euros**

**El número de intervenciones policiales por delitos de piratería intelectual e industrial aumentó un 33% el año pasado en España con respecto al año anterior, alcanzando un total de 4.059 intervenciones realizadas. Policía Nacional y Guardia Civil localizaron más de ocho millones de copias ilegales y detuvieron a 4.868 personas, en su mayoría de origen asiático.**

Las cifras se desprenden del *Informe sobre Intervenciones 2005* elaborado en el marco de las comisiones intersectoriales para actuar contra las actividades vulneradoras de los derechos de propiedad intelectual e industrial, con datos facilitados por Policía Nacional y Guardia Civil.

En el caso de la piratería intelectual, el año pasado las intervenciones fueron 2.927, un número muy superior al registrado en el año 2000, cuando hubo

sólo 649. Además, en 2005 fueron arrestados 3.505 individuos, frente a los 711 detenidos que hubo en 2004. Del total de arrestados en 2005, un 80% eran extranjeros.

El valor total de las mercancías incautadas ascendió a 251.164.528 euros; el 30% pertenece a mercancías incautadas en propiedad intelectual y el 70% a intervenciones realizadas en propiedad industrial, donde el sector más afectado fue el textil, con un 41%.

# Los expertos aseguran que la piratería frena el crecimiento audiovisual

*Representantes de la Federación para la Protección de la Propiedad Intelectual (FAP) y la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) afirmaron en Vigo que el fenómeno de la piratería está frenando el crecimiento audiovisual de Galicia.*

En rueda de prensa, durante un seminario sobre piratería celebrado el 21 de junio en la Obra Social de Caixa Galicia, el director general de la FAP, José Manuel Tourné, lamentó que, como consecuencia de la piratería, las producciones gallegas "ni tan siquiera pueden amortizar" lo invertido.

Según datos facilitados por Tourné, la piratería ocasionó en España durante 2005 unos 800 millones de euros de pérdidas, lo que sitúa al país en el primer puesto del *ranking* de esta práctica ilegal.

Tourné se refirió al cierre "fulminante" de unos 800 vídeo-clubs provocado por la piratería, que en Galicia afectó a un 15% de estos locales, y que se tradujo en unos 1.600 empleos perdidos en todo el territorio nacional.

Asimismo, la piratería reduce "a la mitad" las previsiones de venta del sector audiovisual, así como las de los cines, ya que un 6% del público que iba al cine durante 2005 ha dejado "por completo" esa práctica, mientras que el 28% ha reducido su asistencia.

Por su parte, el director de Productores Musicales de España, José Luis Pérez Quintero, indicó que, a pesar de que la piratería musical descendió en España un 22% durante el pasado año, la digital es cada día "más alarmante". Al respecto, Pérez Quintero manifestó que entre Galicia y Portugal existe un "importante" intercambio de piratería a manos de bandas organizadas.

Por ello, a pesar de que el Gobierno central ha puesto en marcha un plan para pa-



liar la piratería, dijo, todavía "no se ha materializado en la práctica", por lo que el sector audiovisual reclama una legislación adecuada "adaptada a los tiempos actuales", y que esas leyes sean aplicadas.

El director gerente de EGEDA, José Miguel Tarodo de Echenique, anunció, por otro lado, que antes de finales de año su institución lanzará un portal en Internet mediante el cual podrán descargarse filmes españoles de manera legal y a un precio asequible.

El seminario sirvió, además, para conocer que, a pesar de las cuantiosas pérdidas del sector, la venta legal de música por Internet se incrementó en un 40%.

## Desmantelada una red de piratería audiovisual en Tarragona Detenidas diecisiete personas

*El 22 de septiembre de 2006 miembros del Área de Investigación de la Guardia Civil de Salou procedieron al registro de seis domicilios en las poblaciones tarraconenses de Salou, Cambrils y Reus, que dieron como resultado la detención de 17 ciudadanos, todos ellos de nacionalidad senegalesa, por un presunto delito contra la propiedad intelectual. Además, se aprehendieron casi 85.000 CD y DVD valorados en más de dos millones de euros.*

La operación se produjo después de que, desde primeros de agosto, el Grupo de Investigación de la Guardia Civil de Salou detectara un fuerte incremento en la venta y transporte de CD musicales y DVD de películas grabadas de forma ilegal, y de que diversas entidades que representan a los propietarios de derechos audiovisuales presentaran denuncias. Tras diversas investigaciones, se pudo concretar la existencia de una red organizada, dedicada a la piratería audiovisual de material fonográfico y videográfico, compuesta por individuos de origen africano, que a su vez lo hacían llegar hasta el público mediante

la venta ambulante. Todo ello concluyó con el registro de dos domicilios en la localidad de Salou, otro en Cambrils y tres más en Reus por parte de miembros del citado grupo policial, dando como resultado la detención de 17 ciudadanos, todos ellos de nacionalidad senegalesa, por un presunto delito contra la propiedad intelectual. Se aprehendieron en la operación 49.370 CD valorados en 987.400 euros y 34.994 DVD valorados en 1.049.820 euros, lo que suma un total 2.036.000 euros. Asimismo, en la operación se intervinieron 6.800 discos vírgenes con un valor de compra de 3.168 euros, 14 torres de grabación con

14 lectores y 106 grabadoras, una fotocopiadora a color industrial, un equipo multifunción de *fax-scanner*, cuatro ventiladores para refrigeración de las grabadoras, siete cajas de papel A-3 con un total de 17.500 unidades, 17 cajas de tonner, fundas de plástico para CD y DVD, más de 25.000 carátulas falsas y 17.500 carátulas sin imprimir.

Esta operación es una de las más importantes de las llevadas a cabo contra la piratería audiovisual en España, y ha supuesto el desmantelamiento de la mayor red organizada de estas características en el Sur de Cataluña.



## Las regiones de Madrid, París, Roma y Berlín acuerdan crear un fondo para la coproducción, la promoción y la distribución

*Los gobiernos de las regiones de Berlín-Brandenburgo (Alemania), Ile-de-France (Francia), Lazio (Italia) y Madrid (España) han acordado constituir un fondo para favorecer la coproducción, la promoción y la distribución de películas. Para ello, se aprovecharán los recursos de las film commissions de dichas regiones, que ya están agrupadas en la Red CRC (Capital Regions for Cinema).*

En una declaración política conjunta suscrita tras una reunión de la Red CRC, que tuvo lugar el pasado 18 de octubre en Roma, se señala que las regiones de Berlín-Brandenburgo, Ile de France-París, Lazio-Roma y Madrid, han decidido operar conjuntamente para mejorar sus actividades y apoyar al desarrollo de coproducciones y a la promoción y distribución de obras. Es la primera vez que cuatro grandes capitales europeas se unen institucionalmente para acordar promocionar la producción cinematográfica y audiovisual, tanto en el aspecto cultural y artístico como en el económico. Para ello, solicitarán a las diversas instituciones europeas que den apoyo a esta actividad de dimensión europea. Las cuatro regiones se basarán, para esta iniciativa, en trabajos ya realizados dentro del marco de la Red CRC, que asocia a los organismos especializados en cada una de ellas: Medienboard Berlin-Brandenburg, Commissione dell'Ile-de-France, Madrid Film Commission y Filo-Finanziaria della Regione Lazio per lo Sviluppo.

En la reunión de Roma se decidió crear un grupo de trabajo formado por los representantes de las cuatro regiones para "definir la modalidad financiera, jurídica y artística de este recorrido en común", cuyo objetivo es impulsar la cooperación entre los productores europeos. Este grupo contará con los mecanismos de apoyo que ya existen en cada región, además de con los socios que colaborarán con el fin de aumentar la coproducción bilateral o multi-

lateral. Se irán definiendo nuevos detalles del proyecto en próximas reuniones de la Red CRC en los festivales de Berlín y Cannes. Los firmantes de la declaración han sido Francis Parny, vicepresidente de Cultura de la Region Ile de France; Kirsten Niehuus, director de la Medienboard Film Commission; Giulia Rodano, asesora de cultura de la Region de Lazio, y Amado Giménez, director general de Promoción Cultural de la Comunidad de Madrid.

Se incluye a continuación el texto íntegro de la declaración de la CRC.

### Declaración de la CRC en el Festival Internacional de Cine de Roma

La Sala de la Promoteca ubicada en la plaza del Campidoglio, en el corazón de la ciudad de Roma, fue el escenario elegido para celebrar, el pasado 18 de octubre, de un acto institucional europeo entre los miembros de la CRC (Capital Regions for Cinema).

La jornada comenzó con las intervenciones de los representantes políticos de las regiones que engloban la CRC, entre los que se encontraban: Francis Parny, Vicepresidente de Cultura de la Region Ile de France; Kirsten Niehuus, Director de Medienboard Film Commission; Stefano Turi, Director General de Filas; Giulia Rodano, Asesora de Cultura de la Region de Lazio, y Amado Giménez, Director General de

Promoción Cultural de la Comunidad de Madrid.

Este evento ha dado como resultado la siguiente declaración conjunta:

Berlín-Brandenburgo, la Región Ile-de-France, la Región de Lazio y la Comunidad Autónoma de Madrid hace tiempo que tenían el objetivo de promocionar la producción cinematográfica y audiovisual, tanto en el aspecto cultural y artístico como en el económico.

Este proyecto es el testimonio de una voluntad conjunta de enriquecer la expresión de la diversidad cultural mundial a través del impulso de creación de obras europeas.

Nuestras regiones son espacios cinematográficos.

Las fuerza vivas de las producciones cinematográficas y audiovisuales, los talentos artísticos, la experiencia técnica y la competencia industrial juegan un papel determinante a la hora de nutrir la pluralidad de las producciones europeas.

Nuestras regiones –espacios cinematográficos– han decidido operar conjuntamente para mejorar sus actividades, sobre todo a través de la ayuda al desarrollo de coproducciones susceptibles de conseguir el éxito de Europa en el mundo. Juntas deciden solicitar a las diversas instituciones europeas



que den apoyo a esta actividad de dimensión europea.

Nuestras cuatro regiones se basarán en trabajos ya realizados dentro del marco de la red CRC (Capital Regions for Cinema), que asocia a los organismos especializados de cada una de la regiones: Medienboard Berlin-Brandenburg, Commissione dell' Ile-de-France, Madrid Film Commission, y Filas-Finanziaria della Regione Lazio per lo Sviluppo.

Estamos convencidos de que la sinergia entre nuestras instituciones puede aportar un valor añadido a la promoción cinematográfica europea de calidad.

Hoy hemos decidido crear un grupo de trabajo formado por los representantes de las cuatro regiones para definir la modalidad financiera, jurídica y artística de este recorrido en común.

Este grupo contará con mecanismos de apoyo que ya existen en cada región, además de los socios que colaborarán con el fin de aumentar la coproducción bilateral o multilateral entre nuestras regiones de Europa.

Acordamos próximas citas en los festivales de Berlín y Cannes, que serán una etapa natural en nuestra actividad para lograr nuestro objetivo.

Roma 18 de octubre de 2006.

Francis Parry  
Kirsten Niehuus  
Amado Giménez  
Giulia Rodano



## Veinte empresas españolas presentaron sus productos audiovisuales en la Spain TV Expo 2006 de Miami

*Veinte empresas españolas han estado presentes en la quinta edición del Spain TV Expo, que tuvo lugar los días 7, 8 y 9 de noviembre en el hotel The Palms South Beach de Miami. Este showcase de productos audiovisuales españoles está organizado por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Miami y la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE).*

La convocatoria de Spain TV Expo 2006 ha sido bien acogida en el mundo audiovisual español. De hecho, el número de empresas participantes ha aumentado en comparación con ediciones anteriores. Este año han acudido cuatro más que en 2005 para presentar sus nuevas producciones a los más importantes canales de televisión de Iberoamérica, Estados Unidos y Canadá. Otras seis empresas españolas han enviado materiales de sus programas, que estaban disponibles en la videoteca habilitada a tal efecto. Este evento se consolida así como punto de encuentro para el fomento de los intercambios comerciales y las relaciones de negocios entre el sector audiovisual español y las principales cade-

nas de televisión de todo el continente americano.

Las empresas participantes que han estado presentes en Miami han sido Agencia Atlas, BRB Internacional, Cromosoma, D'Ocon Films, El Terrat, Euskal Telebista, Filmmax Internacional, Gestevisión Telecinco, Icon Animation, Kevin Williams Associates, Nereida Producciones, Motion Pictures, Neptuno Films, Loon Audiovisual Consulting, Plural Entertainment, Pets Entertainment, Telemadrid RTVE, Zinkia y ZZJ. Los participantes a través de envío de materiales han sido ATN, Cedecom, Explora Films, Minimal Producciones, Notro Films y Paz Producciones Cinematográficas.

## Primera Misión de Localizadores de Cine en España

*Ocho representantes de The Location Manager Guild of America, asociación que agrupa a los más relevantes localizadores de Estados Unidos, visitaron durante toda la semana del 2 al 8 de octubre diferentes localizaciones en España con el objetivo de buscar escenarios para el rodaje de producciones para cine y televisión, además de para la realización de reportajes fotográficos.*

Esta acción promocional fue organizada por Spain Film Commission y el Instituto de Comercio Exterior (ICEX). En ella han participado destacados ejecutivos y directores estadounidenses especializados en localizaciones, entre ellos Lori Balton, encargada de los escenarios de *Memorias de una geisha*; Robin Citrin, de los de *Cold Mountain*, y Bill Bowling y Ravi D. Metha, de los estudios Warner Bros y responsables de producciones como *La joven del agua* o *Enemigo público*, quienes recorrieron Madrid, Sevilla, Marbella, Málaga, Valencia, Alicante, los Estudios de Ciudad de la Luz y Barcelona. En Madrid fueron atendidos por EGEDA y la Madrid Film Commission que les informaron y acompañaron.

Los profesionales visitaron diversos escenarios para comprobar la variedad de localizaciones en España, además de mantener encuentros con las film commissions de Madrid, San Sebastián, Tenerife y Santiago, y recopilaron información referente a recursos logísticos, infraestructuras y equipos de filmación, estudios de producción, facilidades de rodaje en autopistas y montañas, parajes naturales, arquitectura, costas y playas. Este viaje promocional, que podría tener continuidad dos veces al año, se enmarca dentro de un acuerdo entre Spain Film Commission y el ICEX, y también incluye la asistencia conjunta a la Locations Expo de Santa Mónica.

## China, Rusia y Argentina son los países que más incrementan sus ingresos por recaudación en taquillas de cine

*China ha incrementado un 40% sus ingresos de taquilla durante la primera mitad de 2006 en comparación con 2005. Le sigue Argentina con un 34,3% (en parte debido a la inflación) y Rusia con un 33,3%.*

*China recaudó 125 millones de dólares durante el primer periodo, en comparación con los 75 millones de dólares durante el mismo periodo del año anterior; Argentina recaudó 58,1 millones frente a 38,2 millones, y Rusia 217,3 millones frente a 145 millones durante el mismo periodo del año anterior.*

La oficina nacional de taquillaje de EE.UU. ha recolectado 4.420 millones de dólares durante la primera mitad del 2006; esto supone un incremento de un 3,9%, aunque es un porcentaje menor que la media mundial, que aumentó en un 8%.

Fox lidera la clasificación de distribuidores de EE.UU. durante el primer periodo, con una cuota de un 18%, seguida por Sony con 17,2%. *El Código da Vinci* ha sido el film más visto en el cine durante los pri-

meros seis meses, recaudando 703,5 millones de dólares a escala mundial. En segundo lugar queda *Ice Age: la edad de hielo*, que ingresó 638,7 millones de dólares.

En el análisis europeo cabe resaltar que el Reino Unido disminuye sus ingresos en un 31%. Mientras tanto, Francia, Italia, España y Alemania registran unas amplias ganancias en taquilla; incrementadas en un 17,1%, 14,1%, 10,8% y 9,9% respectivamente, principalmente debido a pelícu-

las nacionales y americanas. En particular, destaca Francia, donde las películas nacionales han incrementado un 5%, alcanzando una cuota de mercado de 47,5%.

El Mundial de Fútbol ha podido contribuir a que descendiera la asistencia del público al cine, tanto a nivel europeo como mundial, durante el mes de junio.

Fuente: Screen Digest con datos de Nielsen EDI.

### A los socios

## Nota informativa

A modo recordatorio de las notas informativas enviadas anteriormente, y dada la eficacia que está demostrando de cara a la mejor protección y defensa de sus derechos, especialmente para la persecución de los actos de piratería que afectan a las obras cinematográficas y demás audiovisuales, les reiteramos nuestra sugerencia de la inclusión de la siguiente leyenda –o similar– en los títulos de créditos de la obra, en cualquier tipo de soporte, así como en los carteles, carátulas de vídeo, DVD y otros:

**Esta obra se encuentra registrada en EGEDA. Obra protegida por la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales**

Este mensaje debería figurar en los títulos de crédito del rodillo final, tanto de películas cinematográficas, capítulos de series de ficción, de animación, documentales, y otros.

## La Comisión Europea apoya el cine en los países de América, Caribe y Pacífico

**La Comisión Europea ha decidido continuar con su política de apoyo al sector cinematográfico en esta zona geográfica, estableciendo un nuevo PROGRAMA DE AYUDA CE-ACP(\*) en el marco del 9º Fondo de Desarrollo Europeo.**

Los objetivos de esta convocatoria son ayudar al cine en esos países, confirmando el apoyo europeo y mejorando los procedimientos de ayuda, respondiendo a la creatividad cinematográfica de las diferentes regiones del mundo ACP, y contribuyendo a que surjan nuevos talentos y a renovar las generaciones de realizadores en ese entorno.

Para ello, se pretende reforzar el apoyo a las películas de ficción en largometraje, eje prioritario del programa, aumentar la parte de apoyo que se da a las películas de ficción en cortometraje y mediometraje, a los documentales de largometraje y a las películas de dibujos animados, y reforzar el apoyo que se aporta a la producción televisiva (telefilmes, series y miniseries de ficción y de dibujos animados, películas de dibujos animados para televisión), especialmente las dirigidas al público joven y destinadas a ser difundidas en las cadenas de televisión de los países ACP, en la medida en que contribuyan al desarrollo de la industria cinematográfica en esa región.

El Programa tendrá una duración de cinco años y un presupuesto para ese período

de 8 MM€, de los cuales 6,5 MM€ se destinarán a ayudas directas, publicándose la primera convocatoria en 2007.

Más información:

[http://ec.europa.eu/comm/development/body/theme/human\\_social/culture1\\_en.htm](http://ec.europa.eu/comm/development/body/theme/human_social/culture1_en.htm)

O en la oficina MEDIA DESK ESPAÑA <http://www.mediadeskspain.com/>

(\*) El término ACP (África, Caribe, Pacífico) designa a los siguientes países, signatarios del Convenio de Lomé con la Unión Europea: Sudáfrica, Angola, Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Benín, Botsuana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camerún, República Centroafricana, Comoras, Congo, República Democrática del Congo, Costa de Marfil, Chad, República Dominicana, Dominica, Eritrea, Etiopía, Fiji, Gabón, Gambia, Ghana, Granada, Guinea, Guinea-Bissau, Guinea Ecuatorial, Guyana, Haití, Jamaica, Kenia, Kiribati, Lesoto, Liberia, Madagascar, Malawi, Malí, Mauricio, Mauritania, Mayotte, Mozambique, Namibia, Níger, Nigeria, Papúa-Nueva Guinea, Ruanda, Islas Salomón, Samoa Occidental, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Santo Tomé y Príncipe, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Somalia, Suazilandia, Sudán, Surinam, Tanzania, Togo, Tonga, Trinidad y Tobago, Tuvalu, Uganda, Yibuti, Vanuatu, Zambia y Zimbabue.

# Egeda Colombia en el Seminario Internacional Modelo de Mercadeo para el Cine Iberoamericano

*La Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO, con sede en Bogotá (Colombia), y su Escuela de Medios, ESMEDIOS, con el apoyo de la Asociación de Televisión Iberoamericana, ATEI, la Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia y el Programa Ibermedia, unieron esfuerzos en torno a la formación de las personas que estén interesadas con los procesos de mercadeo del cine.*

Con base en el criterio de apoyar la formación permanente del sector audiovisual, Egeda Colombia se unió a la realización del Seminario Internacional *Modelo de Mercadeo para el Cine Iberoamericano* (23-27 de octubre de 2006) mediante la intervención de la directora de Egeda Colombia, Dra. Mónica Borda, y su asesor jurídico, Dr. Felipe Carreño, quienes trataron los temas de la producción audiovisual y su relación con el derecho de autor y la gestión colectiva, así como aspectos relacionados, entre ellos el tema contractual.

Con este programa se pretende potenciar los procesos de mercadeo del cine iberoamericano, mediante capacitación de la más alta calidad que combine tanto los aspectos teóricos y la información actualizada de las distintas visiones del mercadeo como el desarrollo práctico y especializado.

Este proyecto formativo tiene su origen en la consideración de los proponentes, pues encontraron que la gran mayoría de necesidades y problemas del cine iberoamericano tienen su base en la falta de planeación estratégica del mercadeo.

## Participantes

El Seminario de Formación en *Mercadeo de Cine Iberoamericano*, concede cupos a 35 participantes que pueden ser: productores, distribuidores e interesados en el cine iberoamericano, de los cuales, el 40% (14 participantes) son para personas no colombianas y pertenecientes a los países que integran el Programa Ibermedia (Argentina, Bolivia, Brasil, Cuba, Chile, España, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela).

## Objetivos

a) General:

Potenciar el acercamiento de los participantes a las técnicas y posibilidades del mercadeo cinematográfico, de tal forma que se permita construir las bases para su afianzamiento, y se aproveche la oportunidad para construir un modelo sobre el tema.

b) Específicos:

- Establecer un marco teórico del mercadeo para el cine iberoamericano.
- Confrontar este marco con experiencias particulares.
- Acercar a los productores, los distribuidores y los exhibidores del cine iberoamericano con profesionales y expertos en el tema y con personas relacionadas con el mercadeo cinematográfico.

## Metodología

La metodología del seminario desarrolló tres ejes de trabajo, de la siguiente manera:

### *Charlas magistrales.*

Los expositores internacionales dan conferencias magistrales en las que ellos exponen los conceptos principales de su tema.

### *Taller teórico práctico.*

Durante el seminario, cada experto explica con mayor detalle su temática y, trabajan, a manera de ejemplo, casos reales solucionando las dudas que hayan quedado.

### *Mesas de trabajo.*

Se realizan mesas de trabajo en las que se analizan los proyectos puntuales que cada uno de los participantes presente. Estos proyectos corresponden a las necesidades de mercadeo de cada producción que estén realizando los participantes.

## Temáticas y expositores internacionales

1. El producto cinematográfico y su público:

El análisis de los espectadores, sus gustos y sus necesidades son el factor fundamental para la creación de una película como producto exitoso.

- La obra vs. el producto
- El público y el cliente
- Distintas clases de espectadores

2. Promueva su película a bajo costo:

Las posibilidades de la *free press*, la selección adecuada de festivales y el manejo eficaz de las relaciones públicas para llegar al público real.

- Relaciones públicas
- Lanzamientos y preestrenos
- Convocatorias y festivales
- *Free press*

3. La imagen de su película la deben hacer los publicistas:

El error más frecuente en la publicidad de una película está en que la diseñan el productor y el realizador.

- El *press book*
- El *afiche*
- El *trailer*
- El aviso de prensa y las vallas
- Otros medios publicitarios

4. (Datos por recoger) Cómo beneficiarse de los acuerdos internacionales para lograr buenas negociaciones:

Conozca las ventajas que le brindan los tratados internacionales para llegar a otros públicos.

- Los avances económicos por distribución y exhibición
- Las redes y los intercambios de productos audiovisuales

5. Circuitos tradicionales y nuevas ventanas de distribución y exhibición:

Ventajas y dificultades de la distribución y exhibición tradicional y del uso de las nuevas tecnologías.

- Las grandes, medianas y pequeñas empresas de distribución
- Los circuitos de exhibición: cine especializado culturalmente y cine alternativo
- Los teatros y la proyección
- Las formas digitales de la distribución y la exhibición

Página Web: [vidaalcine.uniminuto.edu](http://vidaalcine.uniminuto.edu)  
Bogotá-Colombia

# Colombia audiovisual

## Entra en vigencia el acuerdo de cine en televisión

*Finalmente “entró en vigencia el acuerdo n° 07 del 13 de octubre de 2006 de la Comisión Nacional de Televisión, sobre el porcentaje mínimo de emisión de obras cinematográficas Nacionales que se emiten por el servicio público de televisión, de acuerdo a lo estipulado en el artículo 18 de la Ley 814 de 2003 (Ley de Cine) sobre el impulso a la cinematografía nacional, a través de la exhibición de títulos nacionales.”*

“Este logro de la nueva ley de cine estaba en ciernes desde 2003, año en que fue promulgada, y responde al compromiso de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión dirigida por Jorge Alberto Figueroa y los comisionados Eduardo Noriega de la Hoz, Juan Andrés Carreño Cardona, Fernando Álvarez Corredor y Adela Maestre Cuello.”

“La medida rige para los concesionarios de espacios y los operadores privados de televisión abierta; los operadores públicos Señal Colombia y los canales regionales,

así como los canales locales con ánimo de lucro, y los obliga a emitir anualmente obras cinematográficas nacionales por un equivalente mínimo al 10% del tiempo total de emisión de producciones cinematográficas extranjeras. El acuerdo también incluye una serie de incentivos y estímulos para los operadores de televisión y concesionarios de espacios, de tal forma que pueden contar sus emisiones por el doble o triple, según la fecha de estreno, el uso de espacios los fines de semana, las obras de contenido cultural o las coproducciones del operador.”

Este logro se constituye en una apuesta adicional por el cine nacional que ha incrementado sustancialmente su producción a partir de la promulgación de la Ley 814.

Para más información:

[www.entv.org.co](http://www.entv.org.co)

Fuente: Pantalla Colombia (Semanario Virtual de Proimágenes en Movimiento).

## EGEDA ECUADOR y ENRUCOPI intervienen en el proyecto antipiratería al que se pretende declarar política de Estado

*El 13 de septiembre del año en curso la abogada Eva García Carrión, Directora Nacional de Derecho de Autor y Derechos Conexos del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), invitó a su despacho a las sociedades de gestión colectiva legalmente autorizadas y en funcionamiento en el país, –EGEDA ECUADOR, SOPROFON, SARIME, SAYCE, ARTEGESTIÓN, ENRUCOPI y AEDRA–, así como a los representantes de la Bussines Software Aliance, Cámara del Libro y demás empresas e industrias vinculadas con la creación intelectual, con el objeto de entregar el proyecto “Campaña antipiratería y difusión del respeto al derecho de autor” propuesto por la Dirección a cargo de la abogada García Carrión ante el Ministro de Gobierno y la Presidencia de la República.*

Se ha tomado como actores del proyecto a las más altas autoridades y organismos del Estado, como la Presidencia de la República (IEPI), Corte Suprema de Justicia, Procuraduría General del Estado y diversos ministerios. Además se cuenta con el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, y la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI).

Los objetivos están encaminados a llegar a autoridades y ciudadanía en general para difundir valores de reconocimiento y respeto al derecho de autor y derechos conexos; a promover el cumplimiento de la legislación sobre la materia; a capacitar y difundir este tema, y a trabajar con la niñez para formar nuevas generaciones con conocimientos sólidos e ideas claras sobre la importan-

cia de respetar y proteger el trabajo intelectual. EGEDA ECUADOR promocio- na la declaratoria de Política de Estado a la Campaña Antipiratería propuesta por la abogada Eva García Carrión, quien desde sus funciones ha implantado una línea clara de apoyo al derecho de autor y los derechos conexos a través de su gestión y del soporte a las sociedades colectivas.



# Newsletter

Page 1.

## The MPA and EGEDA announce the creation of a Latin American Regional Alliance of audiovisual producers

*On November 6, 2006, the public presentation of the Agreement for Latin America between the MPA (the Motion Pictures Association of America) and EGEDA took place at the residence of the Spanish Consular General in Los Angeles.*

The Agreement aims to establish a united front to assure the protection of copyright and the fight against piracy and fraud in the Latin American audiovisual sector.

On EGEDA's part, the commitments made by this agreement will be carried out through the rights management associations set up by EGEDA in various countries – Ecuador, Peru, Chile, Colombia, Uruguay – and those opening in the near future in Mexico, Argentina and Brazil.

This agreement provides for promotional activities on the part of the audiovisual sector as well as training for professionals in each of the Latin American countries. By doing so, it marks a great step forward in the development and strengthening of the sector in the region.

Given the importance of the signing of the agreement, main representatives of each of the organizations were on hand at the Los Angeles ceremony. Among others at the reception of the Spanish Consul General, Inocencio Arias, were the Presidents of the MPA (Bob Pisano), EGEDA (Enrique Cerezo) and the Spanish Federation of AV Producers, FAPAE, (Pedro Perez). Also attending were various executives of MPA member companies, including Steve Solot, Vice-President of MPA-LA and of EGEDA, among them EGEDA General Manager, Miguel Angel Benzal, Secretary General José Antonio Suarez and Anti-Piracy Manager José Miguel Tarodo, in addition to the executives of affiliated companies and many other AV sector representatives.

The event on November 6 also provided the opportunity to announce the opening of the EGEDA branch office in the United States, EGEDA US, in January 2007, which will be at the service of production companies and distributors in the U.S.

Page 3.

## European film-makers ask Brussels not to eliminate the private copy royalty

*On October 18, Victor Manuel, Paloma San Basilio and other figures on the European artistic scene defended the private copying royalty (commonly known as the "private copying levy"). They asked the European Commission not to give in to pressure by the technology industry to eliminate the private copying royalty, as this would have a "dramatic" effect, both on revenues as well as European cultural variety.*

EGEDA participated in the conference as part of the European Federation of Joint Management Societies of Producers for Audiovisual Copying, EUROCOPYA, along with other international authors' associations which make up the coalition in support and defence of culture.

The artists claim that the compensation they receive from the private copying royalty amounts to less than 1% of the revenues of the technology industry. This industry sells and manufactures recording media and equipment with which copying of audiovisual, artistic and musical works can be done freely, resulting in a threat to the creation of works and the salaries of artists, authors, producers and film-makers.

At the conference, a statement by Pedro Almodóvar was read supporting the participants and warning that the elimination of the royalty for private copying would harm creativity and European cultural diversity.

Page 5.

## Public Performance in Hotels

Miguel Angel Benzal  
EGEDA General Manager

*The question of public performance in hostelry establishments via television signal reception and subsequent distribution to hotel rooms has been the subject of a hard and prolonged legal debate since the 1990s up to the present day.*

During this decade two rulings were passed by the Spanish Supreme Court regarding this particular affair on which the legal thesis concerning the existence of such public performance are founded, based not only on our internal legislation, article 20 of the Spanish Intellectual Property Law, but also based on what is known as the international conventional law, protected by the Berne Convention and the "Agreement on the Intellectual Property Rights Related to Commerce". We refer to the Spanish Supreme Court's "classic" rulings of the 17th July 1993 and the 11th March 1996.

As a consequence of this state of affairs, it is the lower courts which have normally handled legal actions taken against those hostelry establishments which have not agreed to negotiate specific payments to obtain authorisation from audiovisual producers and to negotiate prices, and which have continuously carried out acts of public performance of audiovisual works and recordings without allocating or paying under reservation the amount of the rights management organisation's general rates.

However, in 2003, a situation of doubt arose, caused by a series of rulings showing contradictory signs on the part of the Spanish Supreme Court, which, after quashing a ruling in which it had supported the non-existence of public performance in one of the cases in question, as a consequence of an instance of invalidity of proceedings due to major

procedural reasons which implied defencelessness ruled a new verdict to replace the quashed one on the 31st January, 2003, in which, on the contrary, it considered that public performance did indeed exist.

A few months later, on the 10th May of 2003, the same Court ruled a sentence through a plenary session in which, on the contrary, it was indicated that such public performance did not exist with regard to hotel rooms.

As a result of this latest ruling, which the lower courts perceived as a change in case law criteria, having been pronounced by a plenary session of the Spanish Supreme Court, EGEDA managed, as the only way to solve the problem within the framework of a legal definition of the situation, to have a Spanish legal body present a pre-judicial question before the European Court of Justice.

In 2005, this pre-judicial question was discussed by the Provincial High Court of Barcelona, section 15, the only court in Spain specialised in Intellectual Property, amongst other things. The raising of the pre-judicial question (c-305/05) as an appeal between the parties the "General Society of Authors and Publishers" and a hotel led to the paralysis of various legal proceedings in progress at the time.

Subsequent to this and due to EGEDA convincing the Spanish Supreme Court that it was vital that the European Court of Justice should pronounce a verdict, the High Court finally reacted to its internal doubts regarding the correct application of EC law in this matter and the Spanish Supreme Court raised the first pre-judicial question concerning Intellectual Property. This was the pre-judicial question c-395/06 published in the *Official Journal* of the European Union on the 2nd December 2006, during an annulment appeal between EGEDA and a hotel.

Subsequent to the presentation (on 22nd September 2006) of the pre-judicial decision request made to the Spanish Supreme Court during EGEDA's proceedings, on 7th December 2006 the European Court of Justice pronounced a ruling on the question, identical to that raised by the Provincial High Court of Barcelona, and the Court of Justice, in a magnificent decree, has determined that:

- 1) Although the mere making available of the material facilities does not in itself mean the same as performance in the sense of directive 2001/29/CE of the Council of the European Parliament of the 22nd May 2001, concerning the harmonisation of certain aspects of copyright and similar rights in the information society, *the distribution of a signal by hostelry establishments to guests lodging in their rooms, carried out by means of television sets constitutes an act of public performance in the sense of article 3, section 1, of said Directive, irrespective of the technique used in order to transmit the signal.*
- 2) The private nature of the rooms in a hostelry establishment does not prevent the showing of a work in such rooms, by means of television sets, from constituting an act of public performance in the sense of article 3, section 1 of the Directive 2001/29.

---

Page 6.

### Some points regarding making works available on-line

Fernando López Soto

*In the face of the imminent introduction of various new services making audiovisual material available on-line (Filmotech from EGEDA Digital, Pixbox, Mediexpress) various questions arise which must be resolved in order to ensure the success now expected, after the attempts of recent years, of what is known as "video-on-demand" or "video a la carte".*

Technology is offering increasingly viable solutions and DRM now provides more secure protection for AV contents, although, at the moment, these are not 100% impregnable; neither is your local bank branch or even the information systems of the Pentagon, however many security cameras or alarms the former may have, or firewalls and anti-intrusion systems the latter may boast. Against professional criminals, the only solution we

currently have is to apply the aphorism taught to me by a lawyer, my esteemed friend, Evelio "al indiferente la legislación vigente" [roughly translated as "current legislation only satisfies the indifferent"]; I will omit the references this quotation suggesting friends or enemies as being out of place here.

It became necessary to add a new "window" of exploitation to the more traditional ones; in EGEDA Digital we call it "the future's window". Well, it is certainly open now, wide open, and it only remains to fill it with contents. The first to arrive on the market were in catalogue form; the next were not successful commercially, but finally the time is ripe for those which the public demands most fervently: new releases, and not necessarily of top quality. In short, attractive AV material will mean that the business model will really become profitable and investors will not feel obliged to shun the audiovisual sector.

Consequently, we will have to co-ordinate solutions so that AV contents, and not only those which have already paid for themselves, are included rapidly, and even from their creation in the on-line service; in this way we can provide a massive artistic and cultural "download" direct to people's living rooms; a fast, convenient and safe service for both the user and the rights holders. All this is without forgetting the outstanding qualities of the European audiovisual product. Should we, in fact, transfer the television screen model to Internet sites as well?

The inclusion of on-line services in the "homevideo" window is something fewer people question every day. This may be its natural niche; we rent or buy "our films" with all the convenience technology can offer. However, even so, this is not the best solution to ensure this window is sufficiently attractive to the user and profitable for the investor. The user demands new releases and currently only finds them in illegal P2P networks, all of which means that in the near future the cinema seat may come to resemble the armchair at home.

But what will happen to the cinemas? And to the current financing systems? At this stage no-one seems to realise that cinemas may disappear as Internet windows appear; going to the cinema is an option as deeply rooted in our society as going to football matches, dining out in restaurants or having a beer with friends. It is a leisure option which competes with all the others available, and this is the real problem with cinema: competition is stronger now than fifty years ago. The same thing happened to bullfighting, which monopolised Spain's leisure industry one hundred years ago; then cycling, football, cinemas, television, video and consoles came on the scene, and now it is the turn of the Internet and all that this entails.

With regard to financing, the whole sector has to provide solutions. One vital factor consists of television subsidies and contracts. In the case of the former it may be necessary to set up a new mechanism to measure the success of cinemas and the use of the Internet together to calculate the access rights to the valuable public funds our sector needs to compete with those who transformed an art originally created in France into a big industry, the audiovisual. The new mechanism could be the creation of a state agency to monitor downloads, undertaken by the State and rights holders. This could be a solution for the rapid introduction of the *double window* of film premieres.

As for traditional TV channels, many predict that the current model will not survive long and will form alliances with the telephone companies, that VOD will be imposed even for programmes like the nine o'clock news, except that this will no longer be at nine but whenever one wants it. In any case, contents will still be needed and perhaps the production of AV material will be their main activity.

If the whole audiovisual sector provides solutions perhaps in the not so distant future we may have legally and technically protected material, a public better informed about the value of respecting intellectual property (perhaps the new school subject known as *Educación para la Ciudadanía* ["Citizenship Education"] could be used as a tool), instant massive access to those audiovisual contents which favour the development of the information society and a single, legal licence granting the right to on-line distribution of contents to anyone prepared to exploit them in exchange for a suitable and reasonable compensation.

Page 7.

## 5th Annual Spanish Digital Symposium Final Document

Now that the 5th Spanish Digital Symposium 2006, held under the heading, "The Exploitation of Audiovisual Works in the Digital Arena", on 15th and 16th December 2006 in Costa Meloneras (Grand Canary Island), has concluded, this article brings together the most significant reflections and proposals which came out of it by the abundant and important group of professional participants.

Given the selection of subjects proposed for the roundtable discussions, it should be noted that there was an analytic atmosphere with debate on some, while others were more of reporting and informative nature, thus explaining the varying numbers of comments and suggestions for each one.

At this event, speeches and reports were given by prestigious professionals, among them film directors such as Dunia Ayaso and Félix Sabroso, representatives of the television sector like Salvador Augustin and Eladio Gutiérrez, or producers including José María García, Pancho Casal, Joan Vinaixa, Gerardo Herrero, Juan Luis Pedrero, Feliciano Martín and Manuel Cristóbal. There were distributors like Juan Carlos Tous, José María Aragonés or Luis de Val, without lacking script-writers represented by Mercedes Segovia, people from the technical industries field like José Ramón Rodríguez, or the exhibition sector such as Xavier Casals and Jesús González. Equipment and technology manufacturers were there, too, with Fernando Muro, Luis Javier Martínez and Moisés Coronado, as well as other public and private authorities, and managers with influence in the audiovisual sector attending the event, including José María Otero, José Juan Bartolomé, Manuel Medina, Fernando Lara, Beatriz de Armas, Rosario Alburquerque and Luis Ortega. Rounding out this distinguished list was a and abundant group of other leaders in the cultural field, experts and educators such as Miguel Angel Benzal, Fernando López, José Antonio Suárez, Octavio Dapena, Javier Vacas, Michel Gómez and Jesús Hernández.

At the core of the lengthy and interesting debates and discussions coming out of the two-day 5th Symposium, the following points stand out:

### 1. Independent production: new content for new exploitation media

- With the use of new digital technologies, we should move towards a process of "democratizing production" or, put in another way, facilitate access by what can be called the "huge minorities" to all kinds of subjects and stories, irrespective of social group and avoiding industrial considerations determining this objective.
- The film-making sector should not act based on the existence of new media for affixing their works, but, rather, for their commercialization. Creation processes continue to be the same, with what matters being the content itself, the ability to tell stories and create fiction, or to reflect reality via documentaries.
- The fact that many changes are taking place simultaneously is coincidental, although the most important of these is digital distribution in cinemas or via the Internet, with the resulting changes in business models or consumer habits.
- Audiovisual piracy has become a major problem and from fighting it, both by the professional and governmental sectors, we can define guidelines of future consumption by the public, in general. It's clear that this phenomenon of piracy and illegal downloading create a huge financial deficit for producers.
- Digital technology can have a two-sided effect. On one hand, it can help generate a more spectacular cinema, more ambitious in commercial terms, in high budgets and competitiveness and, on the other, it can foster this opening to more social groups and consumers from social minorities in the form of "globalization" - all of this with the control risks of creation processes.

- With these technological changes, the advertising model, as a source of financing for audiovisual productions, could be affected.
- A need to technologically refit cinematographic auditoriums is imposed, a change which, in many instances, is delayed or hampered by the multinational corporations themselves, which are anchored in traditional financing models and opposed to the changing exploitation methods.
- The DVD market is going through a difficult period in which revenue volumes from their sale have decreased considerably in the face of the proliferation of illegal downloading by youth for whom this practice doesn't appear to constitute a crime; from this standpoint, a social awareness process favouring rights-holders and enabling support for them and Spanish and European cinema is needed.
- Consequently, starting an education process for children and youth is urgently needed, given the high rate of availability of equipment and technological tools in their own homes (TV, MP3, PSP or access to the Internet).

### 2. New exploitation windows - the Internet: legal analysis and the market of this new window and possible repercussions on the traditional exploitation model

- Legally making works available at reasonable prices is needed in order to fight against audiovisual piracy.
- Economic business models are created between businesses and the market, which is why the role of public administration in the audiovisual market must be limited to avoiding imbalances and guaranteeing free competition.
- The need for Spanish cinematographic production to not be subject to a four-month exploitation window to be able to go to video/DVD, as has been the case up to now, was highlighted, as doing so would create an unfair position with regard to films from elsewhere, which especially the multinational companies would take advantage of.
- Making works available is still at a very early stage, justified by the fact that the consumer wants services without considering the issue of piracy and based on the double philosophy of the Internet: immediacy and being free-of-charge. To that must be added its capacity to revitalize the material in catalogue or library, with the subsequent exploitation of cinematographic assets over a longer period.
- Initiatives such as offering flat-rate broadband or changes in pay-per-view TV, which is being reoriented towards the consumers' own tastes, without overlooking DTT and the disappearing analogue market, give high potential for consumption.
- For producers to be sensitive to changes in the market, overcoming reluctance and being open to new business possibilities, is essential.
- We must recover equality for Spanish cinema to challenge television and American cinema, which is distributed on the networks as a business decision and without government intervention.
- We can assume that for the audiovisual industry there is a consumer profile having a higher income than ten years ago, but which participates in the Internet culture - I want the content I choose and I want it now and, if possible, free-of-charge.

### 3. Examination of the technology industries: analysis of the economic models of making available in the market - repercussions on the traditional exploitation model

- The development process of digital technology is similar to that which occurred for radio, cassette tapes or video players, powerfully drawing attention to the fact that technology businesses are precisely those which are market leaders in volume and business concentration (NOKIA, APPLE and GOOGLE).

- Secure digital content is not 100% possible. Therefore, consumer honesty must be maintained and inclined towards the production of profitable content following current business models.

#### 4. *The sale of audiovisual products - the present and future of audiovisual distribution*

- The advantage of reaching all consumers in their own homes stands out.
- In the context of globalization, the reality is accepted that Directives issued by the European Union will be overcome in a very short period of time, in the face of the rapid pace of technological changes in the audiovisual industry.
- Review of the Television Without Borders Directive is a clear example of how TV is a means of advertising, which ends up controlling it, although it shouldn't be "demonized" given the business model it establishes, precisely via subscription or advertising, with which logical DRM should be created, channelling part of these revenues to the artists.
- The evolution of narrative and artistic language has been favoured by digital post-production, seeking comfort for the spectator, freeing itself from technical rigidity and discovering new language codes, which digital technology can assist with.
- Before answering the question of who is to pay for the transition to digital cinema, one would have to guarantee the survival of the figure of the independent cinematographic distributor, endangered at present in light of the difficult setting in which he finds himself, basically by the prior merging of TV digital platforms and the existence of multinational corporations which operate in our country with advantages and privileges with broadcasters and exhibitors.

#### 5. *The cinematographic exhibition sector in Spain: its view on the transition to the digital format*

- The organization for Spanish AV exhibition, represented by the FECE, aware of the importance of the digital phenomenon, is conducting studies and analysis of the situation, the results of which will be given out in the coming days to the entire Spanish audiovisual sector.
- The business model of some initiatives, which have already been undertaken in the field of digital exhibition and supported by the Ministry of Industry, Tourism and Trade, need to be reviewed and clarified in order to give credibility, not only to sector professionals, but also to the government agencies interested in their full implementation.
- Equipment and leading-edge technology manufacturers, like SONY, have put high quality initiatives on the market, both in exhibition auditoriums and in the home environment, with complementary elements allowing their efficient use.

#### 6. *Protection and distribution of content in the digital format: the Internet*

- There is a high level of consumption, but without paying for it, showing that business is alive and that distribution is evolving.
- Initiatives such as FILMOTECH by EGEDA DIGITAL and PIXBOX by TELEFONICA show the commercial viability of other complementary formulas of distribution to those already existing, particularly in the field of downloading digital entertainment content, whether by payment per download, temporary rental, or recurring payment subscription and that, furthermore, these serve to discourage the practice of audiovisual piracy.

- A major investment in R + D + i, such as in the case of MICROSOFT IBÉRICA, can turn out to be strategic for safeguarding software with which IT applications are developed or, said in another way, which can lead to a correct use of it by users and to teamwork - for example, in hardware matters.

- Unauthorized distribution on the Internet continues to be the core issue for rights management organizations, EGEDA in particular, which are seeking maximum efficiency in the fight against piracy.

- By adopting repressive measures (filing charges), basic negotiations in the framework of roundtable discussions with government, telecommunications operators and content providers, and the development of training and information dissemination initiatives, EGEDA has achieved significant results in this area.

- Except for some members of the judicial field, no one now doubts that downloading content from the Internet should be considered a crime whenever the three following occur together: making available without authorization, harm to third parties and a clear for-profit motive, considering this the obtaining of whatever advantage, usefulness or benefit, in accordance with the reiterated jurisprudence by the Supreme Court on this subject.

- "Word of mouth" works, particularly concerning charges against fraudulent users, along with measures like the ISAN code, watermarking and DRM, which have proven efficiency.

- The audiovisual sector must be considered from a double perspective: cultural and Industrial.

#### 7. *EU support measures for digital exploitation*

- Looking at the experience of the EUROPA CINEMAS network, supported by the MEDIA Programme of the European Commission, the need to provide public assistance which encourages the showing of non-national European films in a way which complements national assistance programmes to the sector is confirmed.

In this respect, new measures to stimulate the digitalization of European cinema are being presented through the Council of Europe fund for co-production, EURIMAGES, the conditions of which are currently under review.

- EU support policies for dubbing films can be questioned in view of support for cultural and creative diversity as a basic principle of action at the European level.

- Considering the risk of increased costs assumed by distributors and exhibitors, the transition time for the digitalization process to install equipment and implement business plans must be specified as quickly as possible.

- Maximum consensus must be reached in defining all of the operators involved in this process, especially TV broadcasters, for whom the review of the Television Without Borders Directive along with the new MEDIA Programme 2007 are essential.

#### 8. *FILMOTECH: the video-on-demand proposal of EGEDA Digital*

- EGEDA is putting a new high-technology tool for spreading and selling audiovisual works on the market which, starting with a Spanish domestic catalogue, will soon be on a European-wide scale through its development with other trans-national partners.

#### 9. *National support measures for digital distribution and exhibition*

- Collaboration with the private sector with a change of mentality is needed to establish assistance policy to the sector and for creating the conditions necessary to facilitate a competitive environment,



with financial structures and labour goals suitable for the digital setting.

- Government, represented by the departments of Culture and of Industry, Tourism and Trade, sees the opportunities for this new digital setting, but also the need for stimulus and information from the sector to pinpoint their actions in this regard.
- Among the range of assistance to distribution and exhibition sectors through the ICAA - ICO Agreement, participation has been nil, which is most worrying, as, from the Government's perspective, there is a high degree of lack of clarity of the needs of the industry in this field.
- To strive for technical and artistic quality, thinking of the spectator is needed because, by neglecting this necessity, the viewer could reject this traditional media and turn to other activities of leisure and entertainment consumption.
- The value and opportunity for producers, distributors, exhibitors and technical industries of the AUDIOVISUAL SGR ("AUDIOVISUAL Mutual Guarantee Society") for obtaining guarantees needed for bank financing was pointed out.

#### 10. The French experience with distribution of on-line content

- The key to the so-called "French model" has huge political implications for the government's time, not only through the Ministry of Culture, but also those of Taxation, Foreign Affairs, Industry and Telecommunications.
- Creation of digital platforms such as EGEDA DIGITAL is an example to be followed in Europe, given its complementary nature to industry needs regarding digital distribution of content on the Internet.
- There is an agreement between new communications operators, the professional sector and Government for investment of part of the revenues generated by French and European cinema and audiovisual products.

#### 11. Industry drive to digital content: a perspective of the Ministry of Industry, Tourism and Trade

- From this ministry, radio and television have been regulated without interfering with the generation of audiovisual content and driving the Information Society or, what amounts to the same, the digital society of converging technologies in the context of globalization and interactivity.
- We are facing a reconversion process of a self-governing nature in the hands of private agents, with the risk of drowning cinema in this huge "wave of technology".

#### 12. DTT: New Business Opportunities?

- DTT (Digital Terrestrial Television), aimed and capturing the public in large numbers, will be the technological replacement for the current free-to-air analogue broadcasting in Spain by 2010.
- The forecast of more than 44 channels, which technical plans have calculated, makes the seeking of alternative methods of financing to supplement traditional advertising necessary, as it will never grow at the rate of such a number of digital channels. In this area, the Italian experience of pay-per-view products is of great interest for evaluation and, where appropriate, implementation in Spain.
- On the other hand, the need to have the ability to bring the Information Society closer to the average citizen via digital terrestrial television calls for acquiring set-top boxes, which have been very

scarce up to now on the Spanish market. These devices also permit pay-per-view services for, among other possibilities, watching films using pre-paid cards with no need for monthly billing. This method of transmission, to be directed at large audiences, is of interest to assure the highest diffusion of Spanish and European cinema.

- Finally, the tolerated existence of illegal broadcasters which neither pay taxes nor answer to the rights management organizations constitutes yet another kind of piracy which seriously harms the audiovisual sector. Thus, these should be prosecuted, as in the other reference European countries.

Gran Hotel LOPESAN

Costa Meloneras (Grand Canary Island), 16th December 2006

#### Page 13.

### Culture contributes to 2.6% of EU's GDP and employs at least 5.8 million Europeans, says a study published today in Brussels

*In a study presented to the EU's Ministers of Culture on 13 November, the European Commission shows the importance of the culture sector for the EU economy, and underlines its potential for creating more and better jobs in the future. With its 5.8 million employees, the Culture sector employs more persons than the total employed in Greece and Ireland put together. Further, the culture sector accounted for 2.6% of EU GDP in 2003, and experiences higher growth rates than the average of other sectors of the economy.*

The independent study, commissioned by the European Commission, was published on 13 November. In presenting the results to the EU Member States' Culture Ministers, Ján Figel', European Commissioner for Education, Training, Culture, and Multilingualism, said: "This study helps break the conventional wisdom on the culture and creative Sector. It confirms that the arts and culture are far from being marginal in terms of their economic contribution. Indeed, they are a major employer, and as a sector, the culture and arts contribute to innovation and the economic and social development of the EU, its regions and cities. The culture sector is the engine of creativity, and creativity is the basis for social and economic innovation. As such, I firmly believe that the EU's arts and culture are a dynamic economic and social driver for achieving more growth, and more and better jobs."

The document highlights the direct (in terms of GDP, growth and employment) as well as the indirect (links between creativity and innovation, links with the ICT sector, regional development and attractiveness) contribution of the cultural and creative sectors towards the Lisbon Agenda. The main findings of the study include:

#### In economic terms:

- the sector contributed **2.6% of EU GDP in 2003**, exceeding the contribution of the chemicals, rubber and plastic products industry (at 2.3%)
- it is performing well by increasing its share of economic activity;
- the sector's growth between 1999 and 2003 was 12.3% higher than the growth of the European economy in general;
- its **turn-over** was more than **€ 654 billion in 2003**.

#### In social terms:

- **5.8 million people** –in 2004– worked in the sector, equivalent to **3.1% of total employed population** in EU-25, more than the total employed in Ireland and Greece put together;
- whereas total employment in the EU decreased in 2002-2004, employment in the sector increased (+1.85%) over the same period.

The study proves therefore that spending money on culture is a sound investment.

The study also calls for a **coherent strategy for the creative sector** and includes a **set of policy recommendations** intended to unleash the "Lisbon potential" of the cultural economy in Europe.

The proposed future strategy is composed of three main strands:

- to improve intelligence gathering of statistical evidence on the importance of the cultural sector in Europe;
- to increase its contribution to the Lisbon strategy's goals through a more intensive use of the EU's programmes, fostering creativity, clustering technology and creation in joint platforms, promoting investment in cultural industries, and integrating the cultural dimension in international cooperation agreements between the EU and third countries;
- structural reform via strengthened coordination of activities and policies impacting on the cultural and creative sector within the European Commission.

The study will feed into the **Spring European Lisbon Summit in 2007**.

This document will also be a key input in the forthcoming Communication on the role of Culture in Europe to be adopted next year.

The study's executive summary as well as the full text are available at: [http://ec.europa.eu/culture/eac/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/eac/index_en.html)

For more information on the EU's actions in the cultural area: [http://ec.europa.eu/culture/eac/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/eac/index_en.html)

---

Page 14.

### **A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth, 2006\***

*The harvest of data and information from the Mediapro survey is extremely vast and will be subjected to in-depth analyses in each of the places where this study was conducted. The partners in Belgium, Denmark, Estonia, France, Greece, Italy, Poland, Portugal and United Kingdom have already promised to spare no effort in order to deepen and enhance the study of these results.*

Certain initial hypotheses as well as lines of action and research can nonetheless be confirmed without having to wait any longer and some other topics can be explored.

#### **A new vision of Internet dangers**

Europe has now clearly entered the era of generalised Internet use particularly for young people. Even if the number of new users tended to grow slower, the progression seems headed towards encompassing virtually the entire young population. Paradoxically, this development is becoming a source of concern inasmuch as a segment of the population (and not only young people) who do not have access to electronic networks will certainly find themselves in a highly marginalized situation, all the more so as this will in all likelihood be combined with other factors, such as education, housing, nutrition and health. A new vision of Internet dangers is therefore emerging: that of not being capable of using it, i.e. cyber exclusion. This new danger undeniably calls for social policies for equipping young people and their families and securing access to the Internet for them.

#### **Authority and responsibility: the awareness topics**

The survey also shows that whereas young people are appropriating user skills thanks to their peers and to their own experiences, they are finding few adult partners to rationalise and systematise the spontaneous learning channels they are developing. Instructional independence is a quality, to be sure, but many young people feel (and sometimes express) the need of finding a heedful ear among adults and at times a dialogue that

the family and school develop to a very limited extent about using the Internet, games and mobile telephones.

As in a similar survey conducted in certain countries in 1999-2000, it appears that the interest of young people for these practices and questions is still finding little ground for expression, information and discussion at home and at school. Learning the rules of the new media, the relevant legislation and the stakes involved, and reflecting on the vigorous dynamic that drives them are nonetheless raising keen interest in young people, who find little food for thought in what is on offer from educational and industrial institutions.

If greater precision were needed, two important topics could be cited, for which the survey showed a certain awareness among young people, albeit with highly irregular knowledge and skills: the first is "authority", in the sense of "being the author of". The technique of networks is turning the notion of author inherited from the printed publication upside down, because of the more interactive character of creations due to the increasing speed of exchanges, lawful or otherwise. And yet, the notion of "authority" is not disappearing. On the contrary, the copying and consultation of works are becoming major cultural and commercial stakes, with the controls and threats that accompany them. Young people are aware of this topic, but their level of information is totally unequal, with glaring gaps and errors. Of a comparable nature, the second topic is the notion of "responsibility". Here once again, young people have a sense of responsibility, and at times an astonishing moral sense, characterised by a concern and respect for others. But beyond the level of awareness raising, information and a capacity to reason are characterised by serious inequalities, that can put the world of education to question. The same applies to a critical faculty.

#### **Prevention: the need for differential and proximity approaches**

The attitude of young people to danger deserves particular attention in light of the survey. Because of the range of practices, each young person is faced with different dangers, depending on what he or she does. Furthermore, certain young people are actually suspicious and even fearful. Preaching prudence to them could make them even more insecure, fearful and hesitant. It could even lead them to make errors of judgement, given their tendency to mistrust their own judgement. On the contrary, other young people like danger. Risk attracts them. Child psychiatrists have even pointed out that post-adolescent young people see in danger opportunities for suffering that help them mature. For them, preaching prudence about dangers may be counter-productive by attracting them to dangerous situations.

Consequently, light shed on the extensive variations among individuals when it comes to customs, attitudes and representations should make institutions in charge of prevention weary of generalising warnings, because the same slogans can probably produce altogether different effects among young people, that may be the diametrically opposed to the aims (destabilise the more timid, suggest danger to the bolder one). The question of youth security certainly entails general information and education approaches, but the most sensitive topics can only be broached by taken the singular traits of each person into account.

Although screens have emerged as the main supports of the new media, we cannot conclude that the text will disappear, nor can we generalise images. Even though they are inventing a new vocabulary, young people remain loyal to writing. They may even write more than before, capitalising on the comfort (and the low cost!) of writing their SMS messages to make communication less intrusive and more symbolic.

#### **Communication practices: the babbling stage**

In the context, it is not yet easy to identify new practices in communication through the image. Personal pages, blogs and phone cameras bear witness to an appropriation of the image for expression purposes, but these practices are still at their babbling stage and, though technically possible, they do not reveal any salient innovations or original uses at this time. Young people take pictures of their "outings" with friends and view them among them, in ways comparable to traditional family photos. Here once again, school does not seem to steer them to new practices when it comes to the –documentary or expressive– image.

---

\* Source: Mediapro Survey.

Conversely, the expression of young people through chats, e-mail, blogs, and personal pages has visibly entered an active phase for many of them. We are witnessing the emergence of the first public medium of expression by and for young people. This medium operates essentially in a circle of friends. The network technology makes these new forms of expression and presentation of oneself visible to anyone, but the interactions are actually limited to circles of young people grouped in different degrees of friendship. Once again, the technical devices are used by young people whenever they give meaning to their social relations, their aspirations, their area of interests. This social confinement is probably an advantage for the security of young people, because an intruder cannot easily pass himself off as a member of a group of friends, given many signs of recognition that are difficult to forge. They range from topics of discussion to textual forms of expression, via values and tastes. The question still to be asked is whether this social opening to a circle of friends will naturally be geared to opening up and appropriating wider, more diversified social spaces, establishing a real itinerary of civil and civic initiation and sanctioning skills for evolving fully in the multi-centred space. It is neither excluded nor certain that expression, communication and games between peers will maintain relatively isolated networks for a long time, forming a mosaic of small, similar tribes that turn in on themselves. This question calls for more in-depth studies on the medium and long-term development of social spaces for electronic communication specific to each young person and the educational stakes connected thereto in terms of security and social fulfilment.

### Games and enculturation

The new gaming practices, on one's own or in a network among some young people, cannot be considered a general phenomenon. Here once again, they are connected to specific profiles, to social environments and family contexts that explain them better than their technological accessibility. Young people explain that they play these games as temporary experiences. They say that they continue to play them for as long as they find them interesting or as long as another, more attractive activity does not spur them on. This does not mean that there is never any rationale for seclusion or addiction, but from the international sample such cases appear to be extremely rare and only temporary. Furthermore, studies conducted in parallel with ours often show that groups of young networked players create gaming aesthetics that tend to exclude members who play "any old how". This shows an undeniable enculturation of many groups of games, far from what the social representations convey as the image of the brutal, primary and impulsive player.

The landscape depicted by the Mediappro study is undeniably more reassuring than the landscape depicted by many media discourses based on exceptional, idealistic or dramatic events. Its relative banality should not hide the fact that educational institutions, i.e. essentially the school, but also associative educational spaces and media (subject to a more in-depth study) do not seem to have gauged the importance that the new media have acquired in the daily lives of young people. The data collected are naturally based on what the young people themselves describe, but their statements are consistent and resist crosschecking in a way that makes them credible. The faint commitment of the school, as it appears from young people's declarations in different degrees through the nine European countries concerned, and even in Quebec, raises fears that in spite of the immense stakes linked to the future development of electronic network, young people will be only slightly trained to gauge the opportunities and risks, despite definite official discourses. If the internet becomes commonplace, the danger lies in its trivialisation, i.e. in a passive and non-critical subscription by young people to the flow of its natural development. Through their replies and interviews, young people should be capable of thinking about the future and of making responsible choices, but few adults are there to invite them to engage in this exercise and to build complex and reasoned arguments, the way the school aims to do in other areas of our environment such as literature, geography, the sciences and ethics.

### Educators as major agents

Furthermore, the wonderful potential of the new media for cultural and social opening does not seem to be naturally updated in the hands of

young Europeans, who tend to be loyal homebodies. The school is emerging, now more than ever, as a major factor for getting young people to open up to the world, to the diversity of people and cultures. The technology of networked electronic media inevitably encourages human differences to face each other, because it makes them visible always and everywhere, but with very unequal access opportunities. The skills needed to meet the eyes of others and to communicate with them in curiosity and respect are far more complex than the handling of computer techniques. This is a challenge for school today. And it calls on the public authorities to earmark the means and resources needed for that purpose.

Finally, the Mediappro survey has afforded young people an opportunity to express the difficulties that their parents experience with the Internet, electronic games and mobile telephones that bring the "Web culture" into their homes - with this permanent social permeability which brings into the family home not only continuous interaction with friends, but also the simultaneous combination of electronic media and their multiple demands. This reality calls for new family cultures, but there seem to be few places where parents can get involved and learn how to find and use new mechanisms and attitudes.

### An international network for research

It would be a pity to close this discussion without mentioning the fact that, thanks to the support of the European Commission, Mediappro mobilized a network of several dozen European researchers and practitioners in media literacy from several research and training institutions, who decided to make the Europe of questioning. That was not the prime objective of this campaign to propose the internet safer for young people through a better knowledge of their practices and views. Nevertheless, in doing so, Mediappro gained by a group of enthusiastic experts, which succeeded, in spite of difficulties, to practice an international yet highly diversified culture, capable of crossing the perilous stage of a difficult research undertaking. Today Mediappro has but two wishes: to proliferate initiatives and actions produced by its results, and to continue with the discussions and in-depth explorations that the research study showed were necessary.

Page 26.

### China, Russia and Argentina had largest box office rise during the first half of 2006

China increased by 40 per cent its box office revenues during the first half of 2006 compared to 2005, followed by Argentina with 34.3% (partly due to inflation) and Russia with 33.3 per cent. China recorded a box office of \$125m in the first half of the year compared to \$75m during the same period last year, Argentina \$58.1m compared to \$38.2m and Russia \$217.3m compared to \$145m.

The US national box office recorded \$4.42bn during the first period which means a 3.9 per cent growth, but it is a lower-than-average gain compared to world box office increase which accounts for 8 per cent.

Fox ranked the US distributor first half with 18 per cent followed by Sony with 17.2 per cent. The top title was lead by Sony's *The Da Vinci Code* during the first six months collecting \$703.5m in global revenues. Followed by *Ice Age: The Meltdown* receiving \$638.7m globally.

As for Europe, it is noticeable that the UK decreases its revenues by 3.1 per cent. whereas France, Italy, Spain, and Germany register large box office gains, increased by 17.1 per cent, 14.1 per cent, 10.8 per cent and 9.9 per cent respectively, due to strong local and US films. Particularly in France, where local films have increased by 5 per cent, achieving 47.5 per cent of its market during the same period of last year.

The World Cup could have lowered European and International attendance to the movies during June.

Source: Screen Digest using Nielsen EDI data.



(Foto: Pipo Fernández)



## EGEDA presenta al público su *Panorama Audiovisual 2006*

*El 29 de noviembre de 2006, en la sede del Instituto Cervantes, se celebró la presentación a la prensa del Panorama Audiovisual 2006, realizado y editado por EGEDA. La presentación corrió a cargo de Fernando González Olivares, adjunto a dirección de EGEDA, Ramiro Gómez Bermúdez de Castro, profesor y productor, y Emilio C. García Fernández, catedrático. Asistieron a ella treinta y ocho representantes de medios de comunicación.*

El *Panorama Audiovisual* presenta cada año, desde 2001, datos sobre la evolución del sector durante el ejercicio anterior y avances de los primeros años del corriente, comentados desde el punto de vista cualitativo. Desde 2004-2005 se acompa-

ñan análisis firmados por algunos expertos referentes a cada una de sus partes. En sus cinco primeros capítulos se presentan y analizan cada año los datos relativos a las audiencias en televisión, el mercado cinematográfico, el mercado de ficción, el

mercado de animación y la emisión de documentales en la televisión nacional, dedicándose el sexto al mercado de televisión internacional, por continentes. Se incluyen además unas conclusiones, y se completa el libro con capítulos acerca de algún tema de interés y un dossier especial. En 2006 el capítulo complementario es un estudio sobre el perfil de la película española que ha superado el millón de espectadores en salas comerciales de exhibición en España en el periodo 1992-2005. El dossier especial, en la edición de 2006, analiza la coproducción internacional española en el periodo 2002-2005.

El contenido y el objetivo de esta obra quedan perfectamente definidos por las palabras con que inicia su prólogo al *Panorama Audiovisual 2006* Fernando Lara, director general del ICAA: "De la información nace, o debe nacer, la reflexión. Sin la primera, sin los datos necesarios para definir una realidad, sólo hay conjeturas u opiniones superficiales. Sin la segunda, sin un proceso intelectual que arroje luz sobre los problemas, no seremos capaces de transformar aquellas situaciones que requieran una modificación sustancial. La gran virtud del *Panorama Audiovisual* que EGEDA publica cada año es que propicia ambos aspectos, ofreciéndonos una información imprescindible y, conjuntamente, apoyados además en las aportaciones de diversos expertos, invita a reflexionar a sus lectores sobre la situación global en el conjunto de España".



(Foto: Pipo Fernández)

De izquierda a derecha: Emilio C. García Fernández, Fernando González Olivares y Ramiro Gómez Bermúdez de Castro.