

## Sesión: Los contenidos digitales en Internet: modelos de negocio sostenibles

### Organización:

- Responsables:
  - Emanuele Carisio y Francisco Lara, AMETIC
- Colaboradores:
  - Alberto Abella (Rooter)
  - Bárbara Navarro (Google España)
  - Francisco Ruiz (Google España)
  - Juan Zafra (Ministerio de la Presidencia)
  - Miguel Pérez (Asociación de Usuarios de Internet)
  - Ramón Louzao (Educa Madrid)

### Moderador:

- **Martín Pérez Sánchez**, Vicepresidente 1º, AMETIC

### Expertos participantes

- **Elisa de la Nuez**, Abogado del Estado
- **Rafael Sanchez**, Director de copia privada de **EGEDA** y gerente de **FILMOTECH**
- **Bárbara Navarro**, Directora relaciones institucionales, **GOOGLE**
- **Alberto Abella García**, Socio, **ROOTER**
- **José Cerezo**, Director de investigación, **PRISA DIGITAL**
- **Esteban Lorenzo**, Director, **EDEBÉ DIGITAL**

### Hashtag twitter de la sesión

- [#IGFS11 CDIG](#)

### Resumen de la sesión:

La sesión se puede resumir en 4 mensajes clave:

1. **Los contenidos digitales son fundamentales para el desarrollo económico, cultural y social de España.**

En un contexto económico extraordinariamente desfavorable, el sector de contenidos digitales ha mantenido una senda sostenida de crecimiento. En 2010, en datos preliminares de AMETIC, **los Contenidos Digitales facturaron en España en 2010, 9.630 millones de euros que, respecto a 2009, supone casi un 5 por cien más.** Este notable aumento estuvo liderado por el comportamiento de los sectores audiovisual, de la publicidad en Internet, los contenidos para la educación y los contenidos para e-book. Las exportaciones aumentaron con mayor relevancia en el sector de las publicaciones digitales, que desbancaron a las del cine y video.

**El desarrollo del mercado y la industria de los contenidos digitales es esencial para impulsar el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento en España**, y con ello, contribuir al crecimiento económico de nuestro país y a la extensión de un modelo económico basado en lo digital.

España cuenta con la capacidad para desempeñar un papel importante en el ámbito de los contenidos digitales. Para asentar esta realidad se necesita un amplio apoyo a la industria de contenidos digitales en nuestro país.

**El sector tiene uno de los mayores potenciales de crecimiento de nuestra economía**, y es un motor fundamental de la innovación, del desarrollo social y económico y en estos momentos un factor muy importante: es un sector capaz de crear empleo de calidad y estable.

Hay que tener en cuenta **el potencial del español y los contenidos elaborados en castellano** y todas las lenguas del estado como valor fundamental para el desarrollo de esta Industria. La amplia presencia del español en la red – casi el 9% de los usuarios de Internet a nivel mundial utilizan nuestro idioma – sólo superado por el inglés y el chino otorgan unas posibilidades pendientes de explotar a la producción de contenidos en español que nuestra Industria debe saber aprovechar.

## **2. Internet y la revolución del digital han supuesto un cambio social y económico, y también han afectado al sector de los contenidos:**

Los subsectores tradicionales se están reconvirtiendo a digital ahorrando los costes de distribución. El sector se encuentra en plena transformación y son muchas las incertidumbres que se dibujan en el horizonte para todos y cada uno de los agentes que intervienen en el proceso, desde el creativo al distribuidor; del regulador al fabricante; del productor al consumidor. Estos agentes han tenido que combatir no sólo la crisis económica sino también otros problemas más específicos del sector, como la vulneración de los derechos de autor. Estamos en una etapa de transición.

Varios de los subsectores representados en la sesión han expresado sus inquietudes:

- **Contenidos digitales para la educación:** se trata de un mercado totalmente por explotar, no hay todavía un modelo de negocio claro; las Administraciones Públicas de momento han invertido principalmente en dispositivos (hardware) dejando de lado la producción de contenidos digitales específicos así como la formación de los formadores.
- **Contenidos audiovisuales:** para los distribuidores de contenido audiovisual, Internet todavía no representa un modelo sustitutivo, ya que no permite recuperar las grandes inversiones necesarias para la producción. Se comenta la necesidad de acercar las fechas de lanzamiento online de las películas al lanzamiento en las salas.
- **Libro electrónico:** el libro electrónico presenta muchas oportunidades, sin embargo su desarrollo se encuentra frenado por una serie de factores, como la falta de adaptación de los editores al entorno online, la falta de una política de precios común en contenido digitales (equiparando el IVA al de los libros tradicionales, que es del 4%), y la dificultad de negociar los derechos de explotación en diferentes países. No hay que olvidar tampoco las cuestiones – todavía en debate en Europa – de la digitalización de las obras descatalogadas y de las obras huérfanas (que representan el 70% del total).
- **Prensa online:** tras un periodo de experimentación en digital, el sector de la prensa está buscando nuevos modelos de explotación online que permitan ingresos, como el modelo “freemium” y la suscripción por descarga, este último relacionado con los nuevos dispositivos de lectura (tablet).

3. **Internet permite nuevos modelos de negocio más abiertos, más participativos y sobre todo más creativos**

Internet no ha introducido solamente incertidumbres, sino que también permite nuevos modelos de negocio más abiertos, más participativos y sobre todo más creativos. Las oportunidades para extender las creaciones culturales son más accesibles y se dispone de medios más potentes y versátiles para su difusión y comercialización. Se está democratizando la creación y el acceso a la cultura. La red y el desarrollo de la Sociedad de la Información se han convertido en las mayores aliadas de la creación cultural y los creadores. Los nuevos modelos de negocio digitales son la opción para la difusión de los productos culturales del Siglo XXI y son el futuro de las Industrias Culturales tradicionales.

**Se ve necesario apostar por el desarrollo de nuevos modelos de negocios basado en contenidos puramente digitales** que aprovechen todas las ventajas de la red: la participación y los aspectos sociales, la heterogeneidad de formatos (audiovisual, escrito, videojuego, etc.), y las posibilidades de evolución continua del contenido gracias a las aportaciones del autor y de los usuarios.

4. **Es de vital importancia disponer de un entorno legal estable, ágil y actualizado:**

Por otro lado se afirma que es de vital importancia disponer de un entorno legal estable y actualizado que permita el desarrollo de modelos de negocios sostenibles, que sean rentables, que permitan el retorno de las inversiones y que respeten la propiedad intelectual.

Se opina que el marco legal actual quizás no sea el más adecuado para los nuevos modelos de negocios basados en Internet. La lentitud del sistema legal español choca con la rapidez de la red. Se discute sobre los mecanismos introducidos por la Ley de Economía Sostenible que vendrían a buscar esta agilidad a la hora de actuar en defensa de los derechos de propiedad intelectual.

Además, se afirma que es necesaria una reforma de la legislación actual en materia de propiedad intelectual para que se adapte al nuevo entorno digital. Hay prácticas habituales, como el contenido generado por los usuarios, que están aportando mucho valor a la red y que se quedarían en la ilegalidad.

Sin embargo, una posible reforma de la Ley de Propiedad Intelectual tiene que abordarse desde Europa, al tratarse de transposiciones de la legislación europea. Además, dicha reforma **tiene que llevarse desde el diálogo y la colaboración de todas las partes implicadas** con el fin de buscar nuevas propuestas que permitan avanzar en un modelo que respete la propiedad intelectual en Internet, y al mismo tiempo facilite el acceso de los usuarios a una oferta legal de contenidos de calidad que les resulten atractivos.