El fomento de la cultura. Políticas públicas, financiación y propiedad intelectual

Rubén Gutiérrez del Castillo
Responsable de Investigación y Desarrollo
Fundación Autor/SGAE

La Propiedad Intelectual: abierto por reformas
URJC-Aranjuez
2 de julio de 2013

Índice

1.-Introducción a las relaciones entre economía y cultura

2.- Intervención pública en la financiación de la cultura

3.- La financiación privada de la cultura

4.- El mercado. Nuevo paradigma tecnológico

5.- La gestión colectiva de derechos de autor

1.- Introducción a las relaciones entre economía y cultura

- J.K. Galbraith (1960). The liberal hour
- L. Robbins (1963). Politics and economics
- W.J. Baumol & W. Bowen (1966). Performing Arts. The economic dilemma.
- Association of Cultural Economics International (1973)
- Journal of Cultural Economics (1977)
- Society for the Economic Research on Copyright Issues (2002)
- Review for the Economic Research on Copyright Issues (2006)

1.1.-Características económicas de la cultura

- Estructura peculiar de producción y costes (artes visuales y artes escénicas)
- Enfermedad de los costes (Síndrome de Baumol)
- (V. Fernández Blanco y R. Gutiérrez. 2012. Amenaza para los ámbitos de Patrimonio, Artes Visuales y Editorial. Excepción del Audiovisual).
- Demanda de bienes y servicios culturales (importancia del Gusto)

1.2.- La aportación de la cultura a las economías nacionales

- KEA, 2009. La cultura, a través de la creatividad, aporta una serie de elementos al individuo que conducen a la innovación (dimensión afectiva, espontaneidad, intuición, recuerdos, imaginación, valores estéticos) generando valores sociales y económicos (nuevas perspectivas, diferenciación, valores intangibles, simbólicos y valores colectivos y de comunidad).
- (Douglas C. North (1990), J. Rifkin (2001), J. R. Lasuén (2002))
- España. Actividades vinculadas a la Propiedad Intelectual (3,6% en 2009, el 4,2% en 2000. En torno al 2,5% del empleo –alta cualificación).
- OMPI (2012): Wipo Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries. Colombia (3,3% del PIB y 5,8% del empleo), Jamaica (4,8% del PIB y 3% del empleo, México (4,8% del PIB y 11% del empleo), Panamá (6,3% del PIB y 3,2% del empleo) y Perú (2,7% del PIB y 4,5% del empleo).

El impacto de la creatividad cultural en la economía

- La creatividad cultural es una característica esencial de la economía post-industrial (marca fuerte, motivación de los empleados, gerencia atenta a la creatividad y al proceso, etc.).

- La creatividad cultural es un medio fundamental para la toma de decisiones tanto en la actividad económica como en la política para adoptar e implementar estrategias centradas en el usuario (servicio y proceso).

- La creatividad cultural ayuda a promover el bienestar, a crear estilos de vida, a enriquecer el acto de consumo, a estimular la confianza en las comunidades y a desarrollar la cohesión social.

- El aprendizaje de artes y cultura como factor para el estímulo de la creatividad.

Fuente: KEA (2009). *The Impact of Culture on Creativity*. European Comission.

Creatividad cultural e innovación social

- La participación en actividades culturales puede enfatizar un sentimiento de participación en la sociedad, introduciendo confianza en el sector y servicios públicos. Acercamiento.

- Algunos servicios culturales han sido pioneros en el uso de nuevos métodos de colaboración y feedback para la toma de decisiones, integrando nuevas tecnologías que faciliten la interacción con los servicios públicos.

- Algunos servicios culturales públicos promueven directamente la participación y el compromiso, a veces de grupos de exclusión social (integración en las artes).

- La cultura puede ofrecer nuevos enfoques para abordar problemas de naturaleza social. Así, la cultura ha intervenido con éxito en asuntos como la regeneración urbana, la cohesión social, la prevención del crimen y la lucha contra la polución, entre otros.

Fuente: KEA (2009). *The Impact of Culture on Creativity*. European Comission.

El impacto de la creatividad cultural en la economía

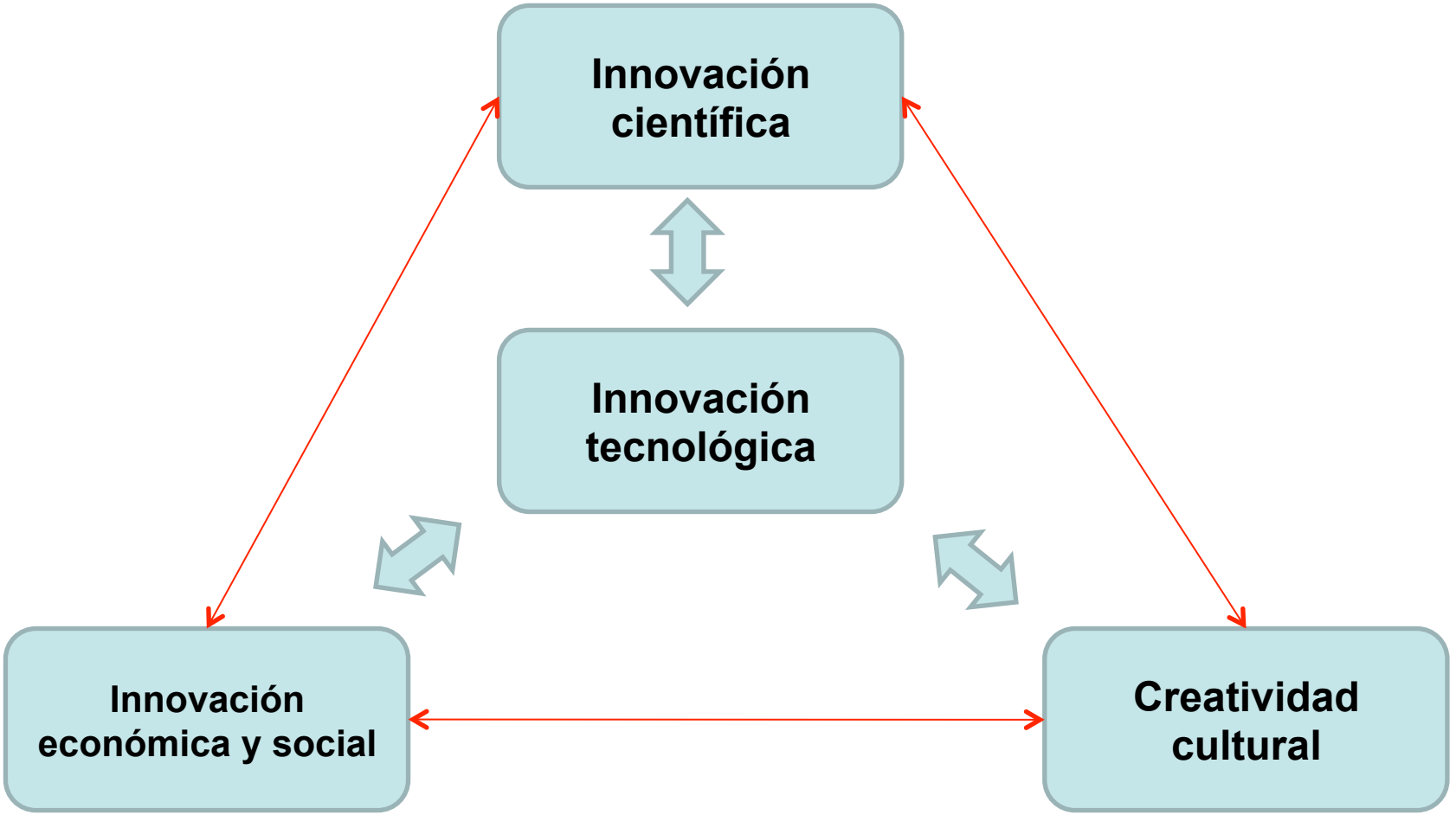
Principales características de la creatividad cultural para la innovación

- **Afecto**
- **Esponta-neidad**
- **Intuición**
- **Memoria**
- **Imagina-ción**
- **Estética**

Generan valores económicos y sociales

- **Nueva visión**
- **Diferen-ciación**
- **Intangible / simbólico/ espiritual**
- **Interrup-ción**
- **Valores de comunidad**

Fuente: KEA (2009). *The Impact of Culture on Creativity*. European Comission.



Fuente: KEA (2009). *The Impact of Culture on Creativity*. European Comission.

Relaciones entre Cultura y Economía

La Cultura contribuye a la generación de un espacio óptimo para la toma de decisiones

- Douglas C. North>Las instituciones como factor de crecimiento
- Jeremy Rifkin> “La Cultura como manantial del que brotan las normas de conducta acordadas”
- Max Weber>La influencia de la ética protestante del trabajo en el ascenso del capitalismo

North, Douglas C. (1990) *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.

Rifkin, Jeremy (2001). *Un nuevo actor en la escena global*. El País, 4/7/01

Relaciones entre Cultura y Economía

La Cultura como factor de crecimiento endógeno

- José Ramón Lasuén>La cultura y las artes son un factor de crecimiento endógeno, un elemento interno de las economías, que puede motivar el crecimiento, **incrementando la información**, **mejorando actitudes** y **desarrollando emociones**, elementos que inciden de manera directa en la **mejora de la productividad**, **la generación de un empresariado más activo** y **el incremento de gustos de los consumidores**, que demandarán productos más competitivos y de mayor valor añadido.

Lasuén, J.R y Aranzadi del Cerro, J. (2002). *El crecimiento económico y las artes*. Fundación Autor

Aportaciones de las Industrias Culturales al PIB y al empleo: los Estudios OMPI

Estudios OMPI: Metodología de investigación

Industrias nucleares basadas en DA

Industrias interdependientes

Industrias con componente parcial de DA

Industrias no dedicadas/apoyo

1. Revisión de datos y leyes

Contribución económica
- *Producción*
- *Valor añadido*
- *Empleo*
- *Comercio exterior*

2. Encuesta a la industria

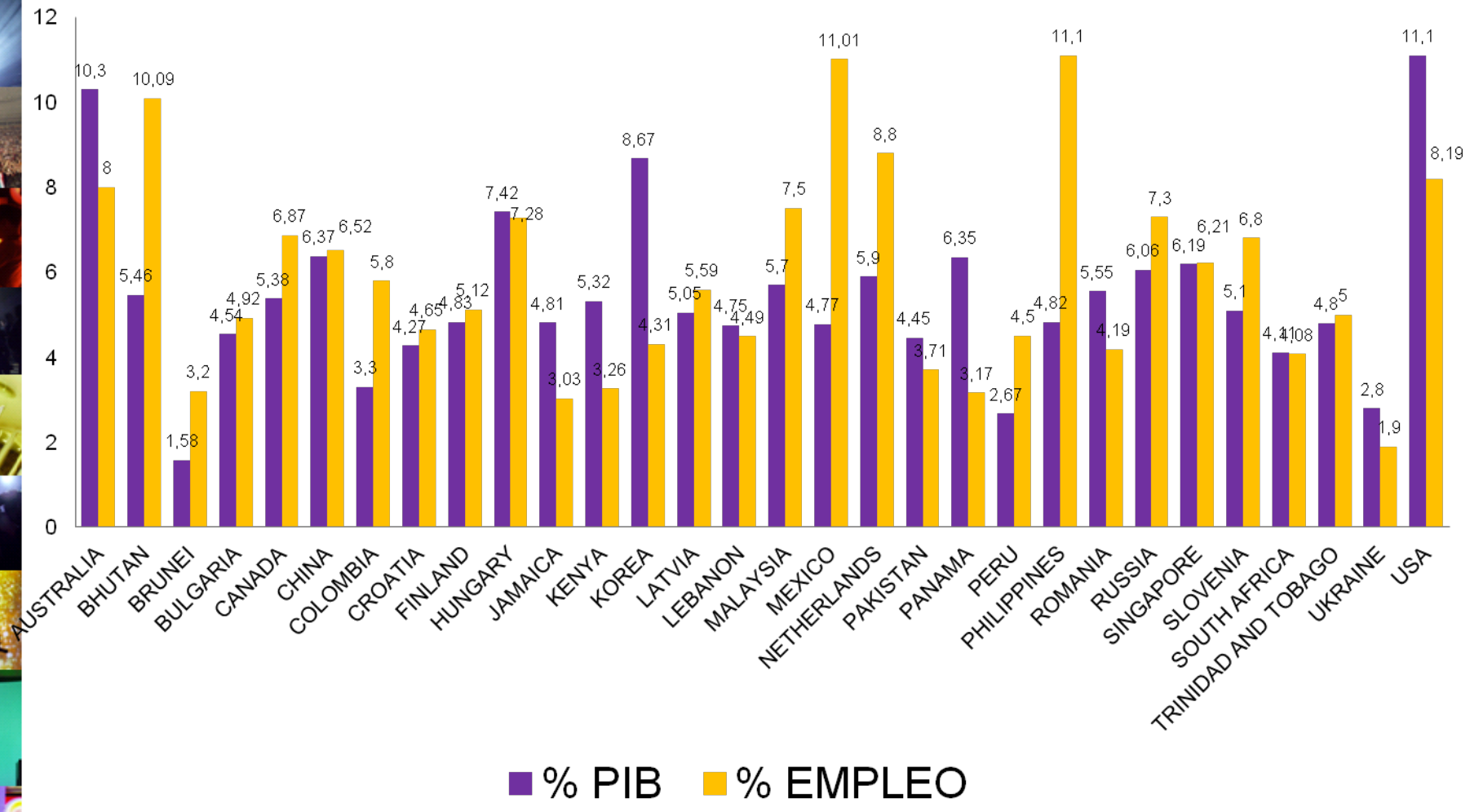
3. Entrevistas

4. Métodos estadísticos

Industrias basadas en el Copyright

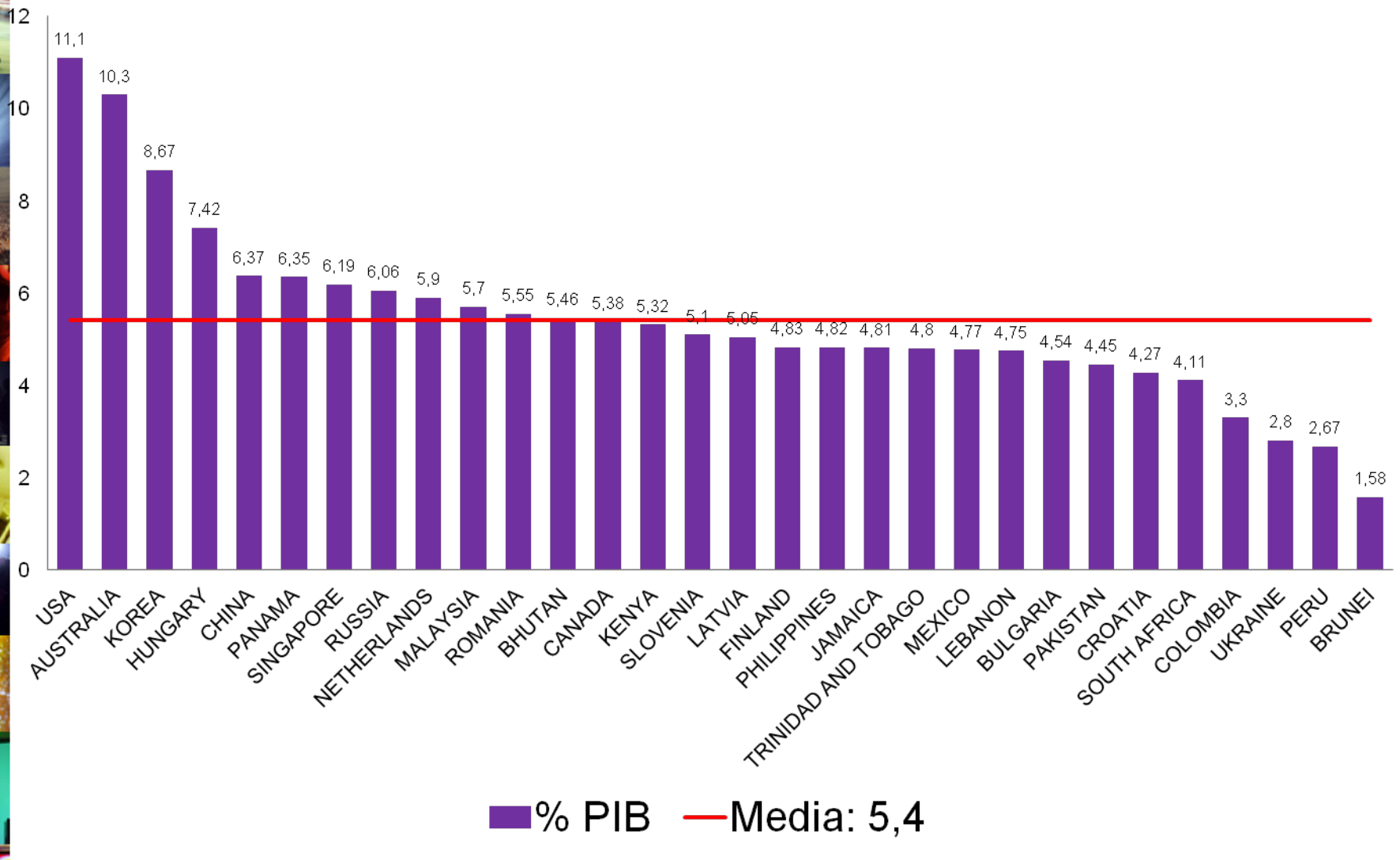
Núcleo	Interdependientes	Parciales	No dedicadas
a.Prensa y literatura	a. Televisores, radios, reproductores de video, CD, cassettes, etc.	a. Ropa, textil, etc.	a. Comercio al por mayor y al por menor
b. Música, teatro y ópera	b. Ordenadores y hardware	b. Joyería y monedas	b. Transportes
c. Cine y vídeo	c. Instrumentos musicales	c. Artesanía	c. Telefonía e internet
d. Radio y TV	d. Instrumentos y material cinematográfico y fotográfico	d. Muebles	
e. Fotografía	e. Fotocopiadoras	e. Artículos domésticos	
f. Software y bases de datos	f. Material para grabaciones	f. Alfombras, etc.	
g. Artes visuales y artes gráficas	g. Papel	g. Juguetes	
h. Publicidad		h. Arquitectura, ingeniería	
i. Entidades de gestión colectiva de los derechos de autor		i. Diseño de interior	
		j. Museos	

Contribución de las Industrias del Copyright al PIB y al Empleo



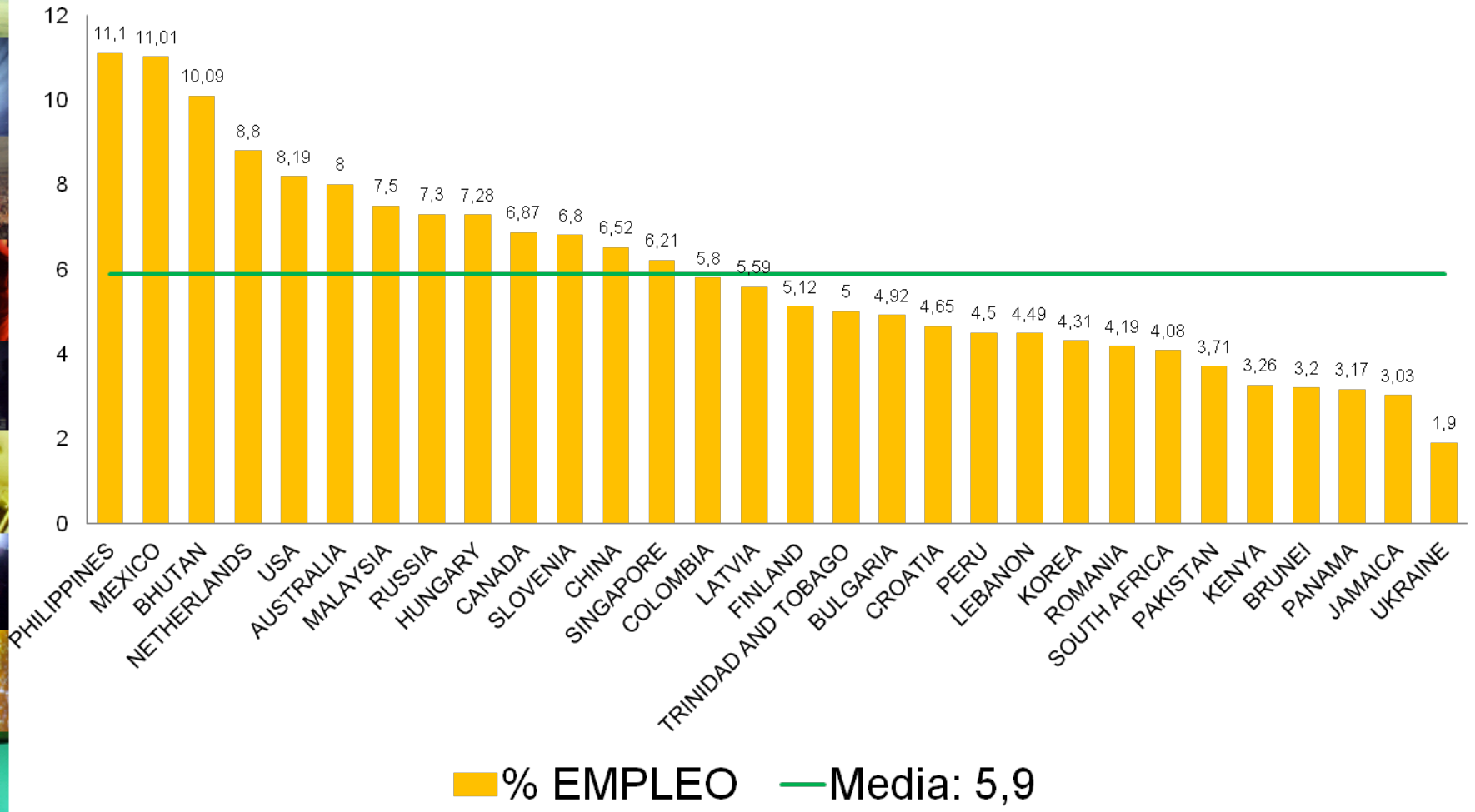
Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

Contribución de las Industrias del Copyright al PIB



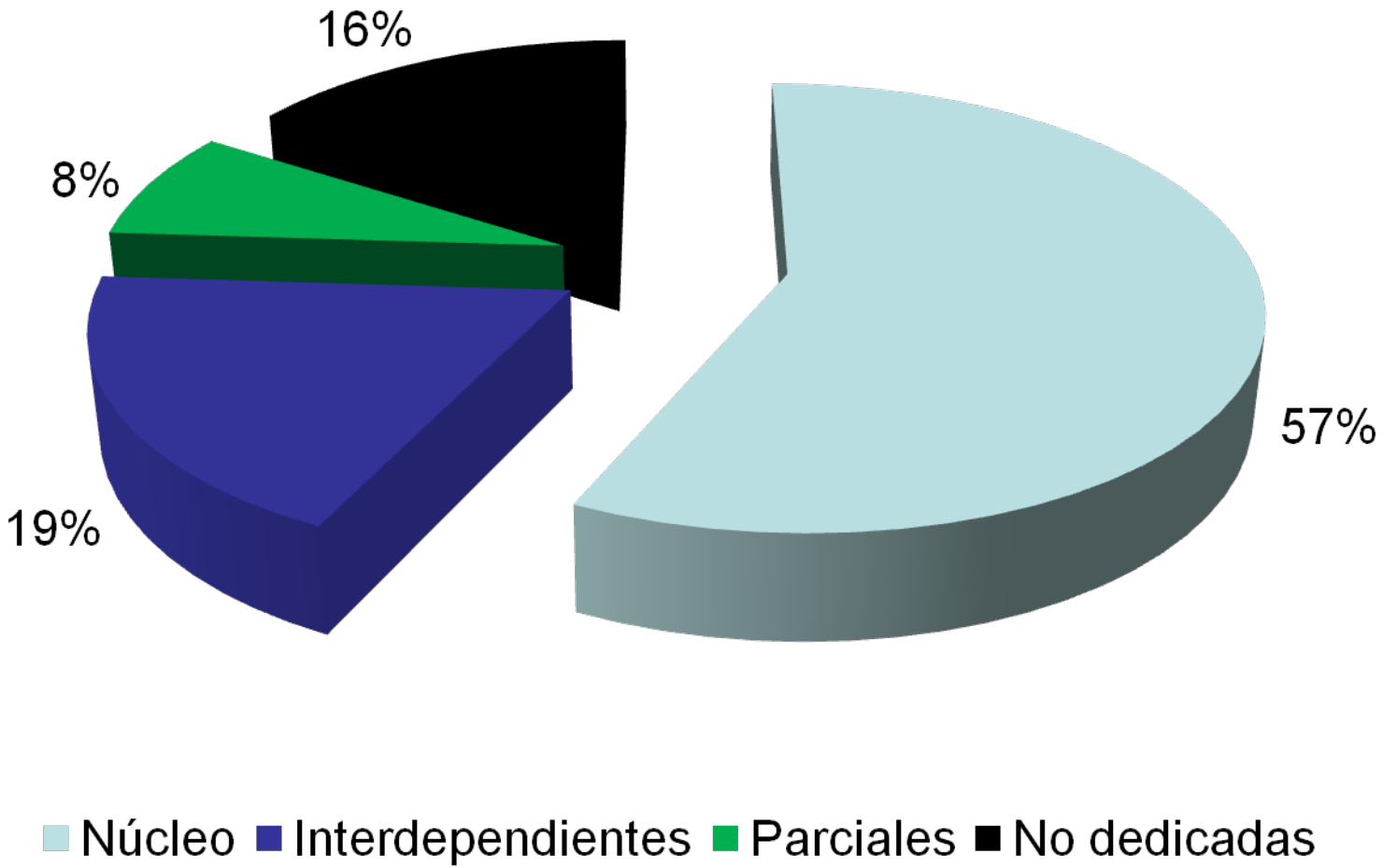
Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

Contribución de las Industrias del Copyright al empleo



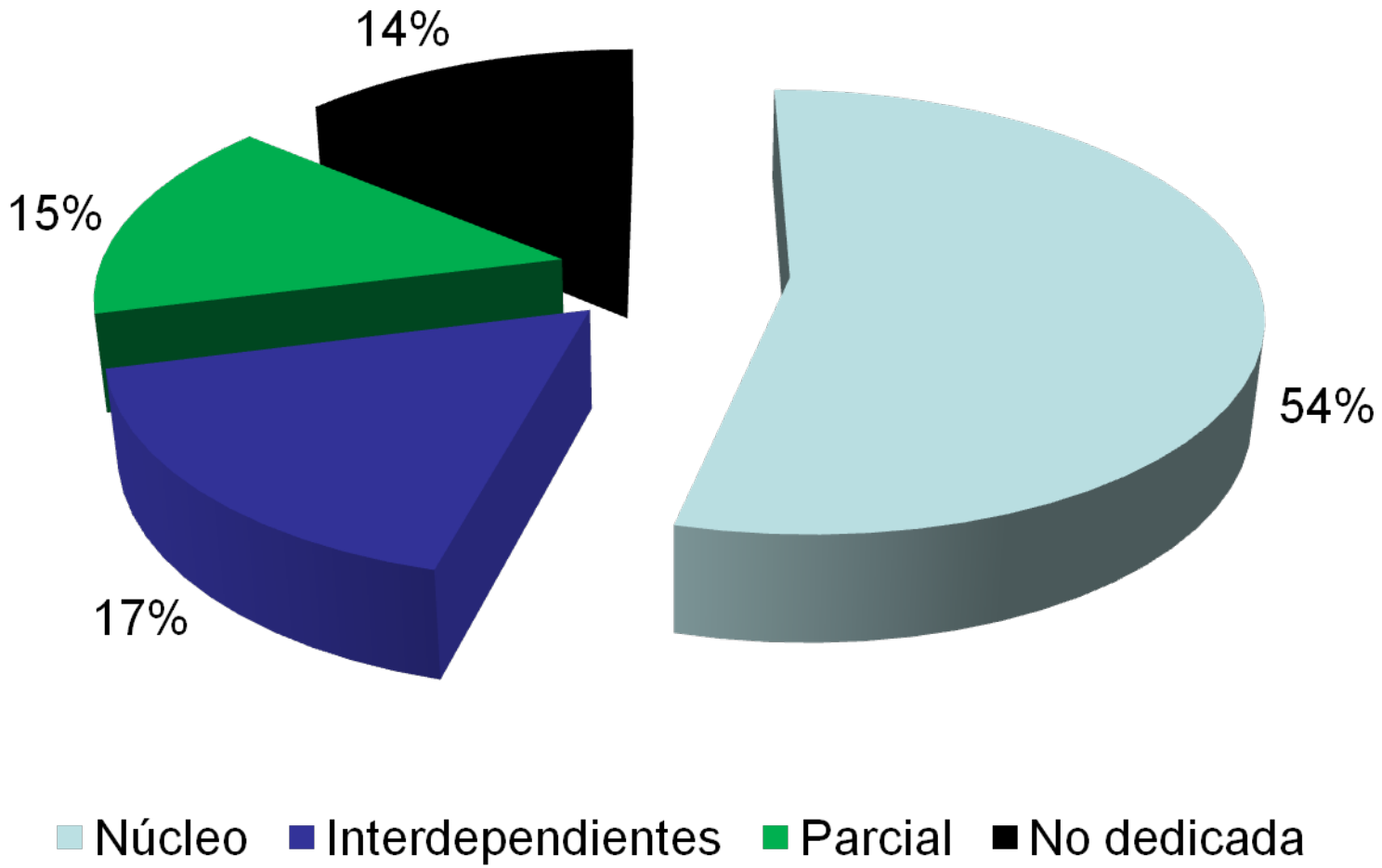
Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

Distribución según tipo de industria (% sobre PIB)



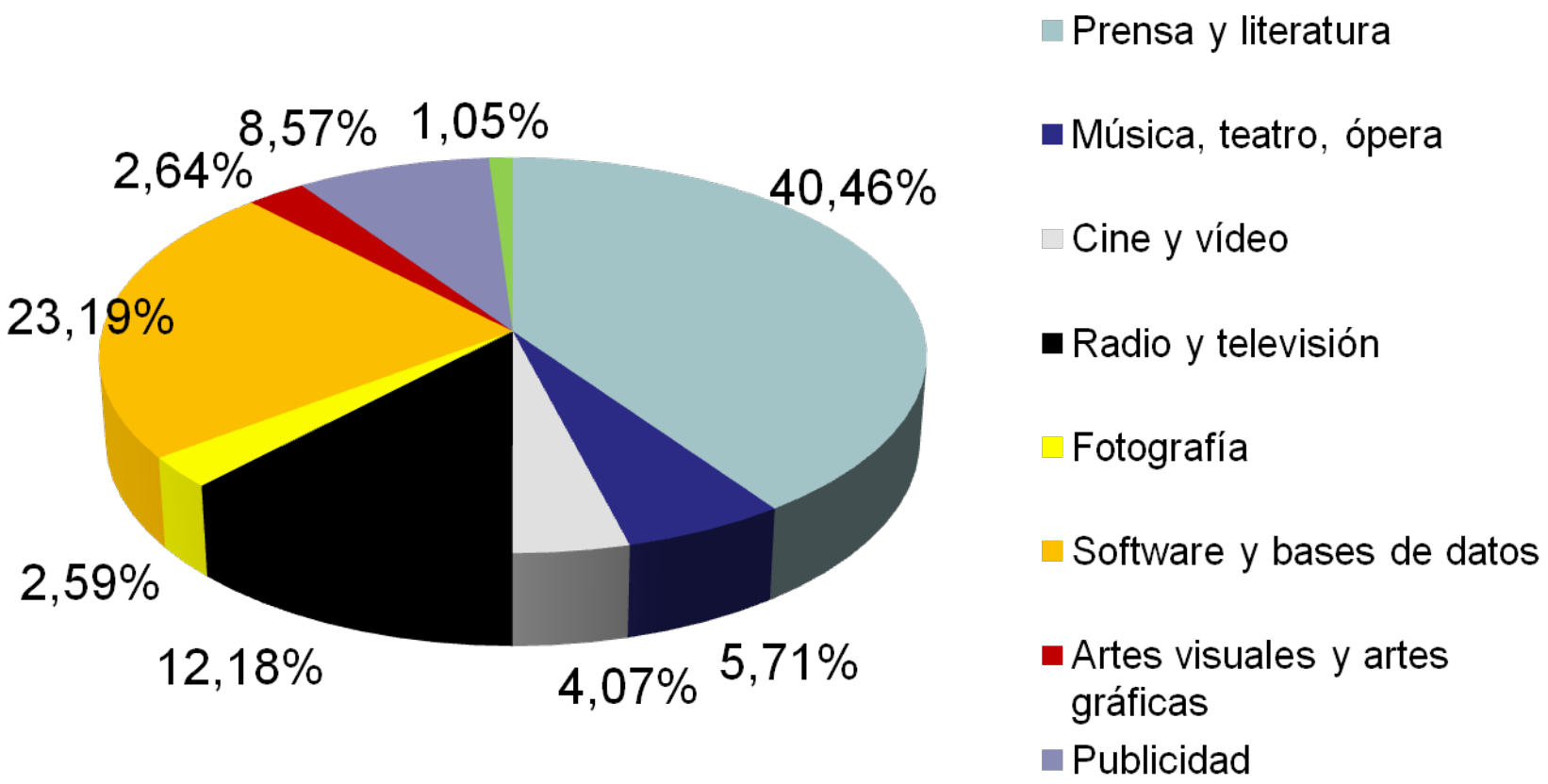
Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

Distribución según tipo de industria (% sobre empleo)



Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

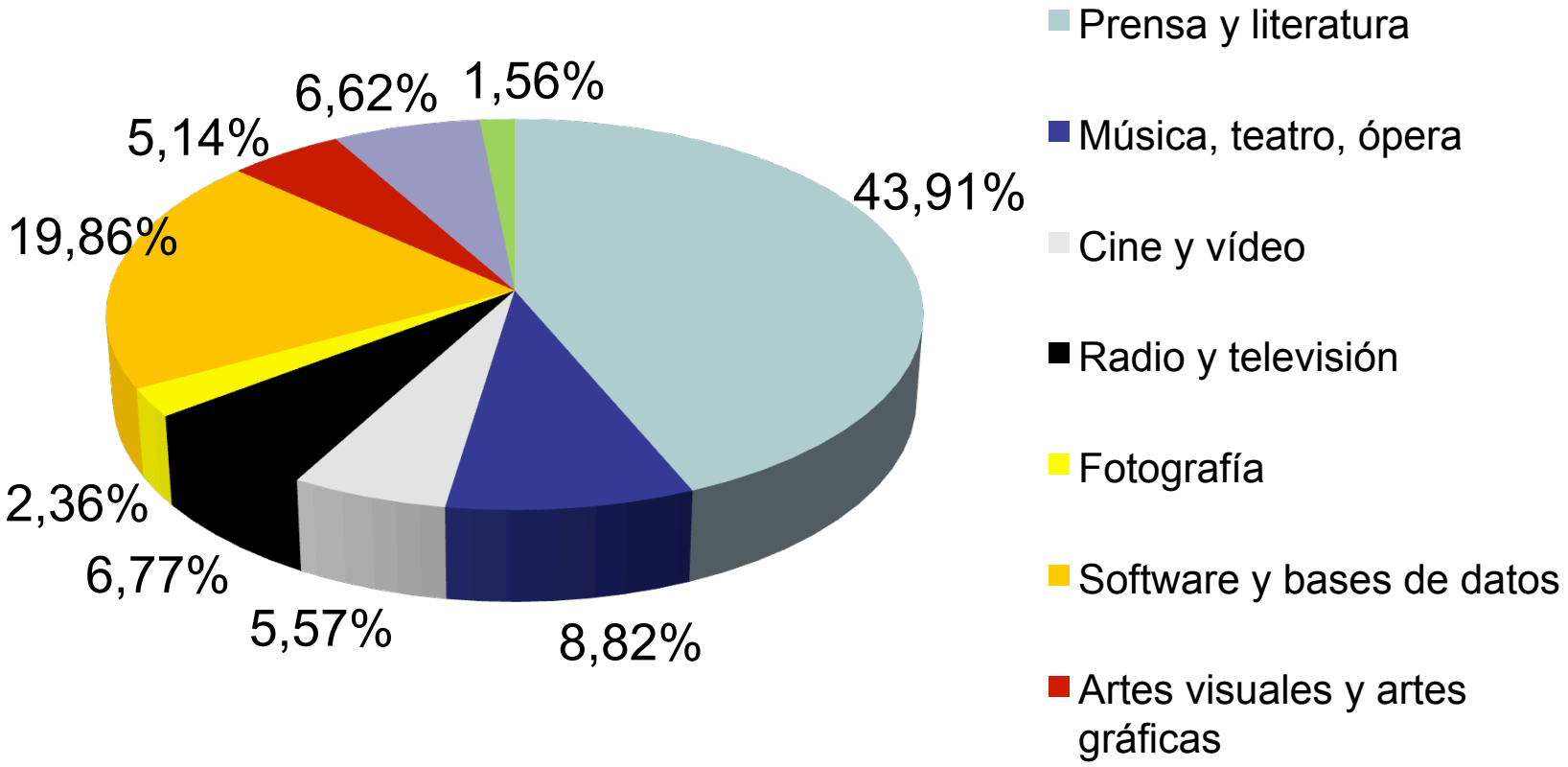
Contribución al PIB de las industrias núcleo según tipo de industria (% PIB)



Interdependientes: Papel (27%), ordenadores (35%), televisores, radios, etc. (22%)
Parciales: Arquitectura (64%), joyería (11%)
No dedicadas: Comercio (48%), transporte (35%), telefonía e internet (17%)

Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

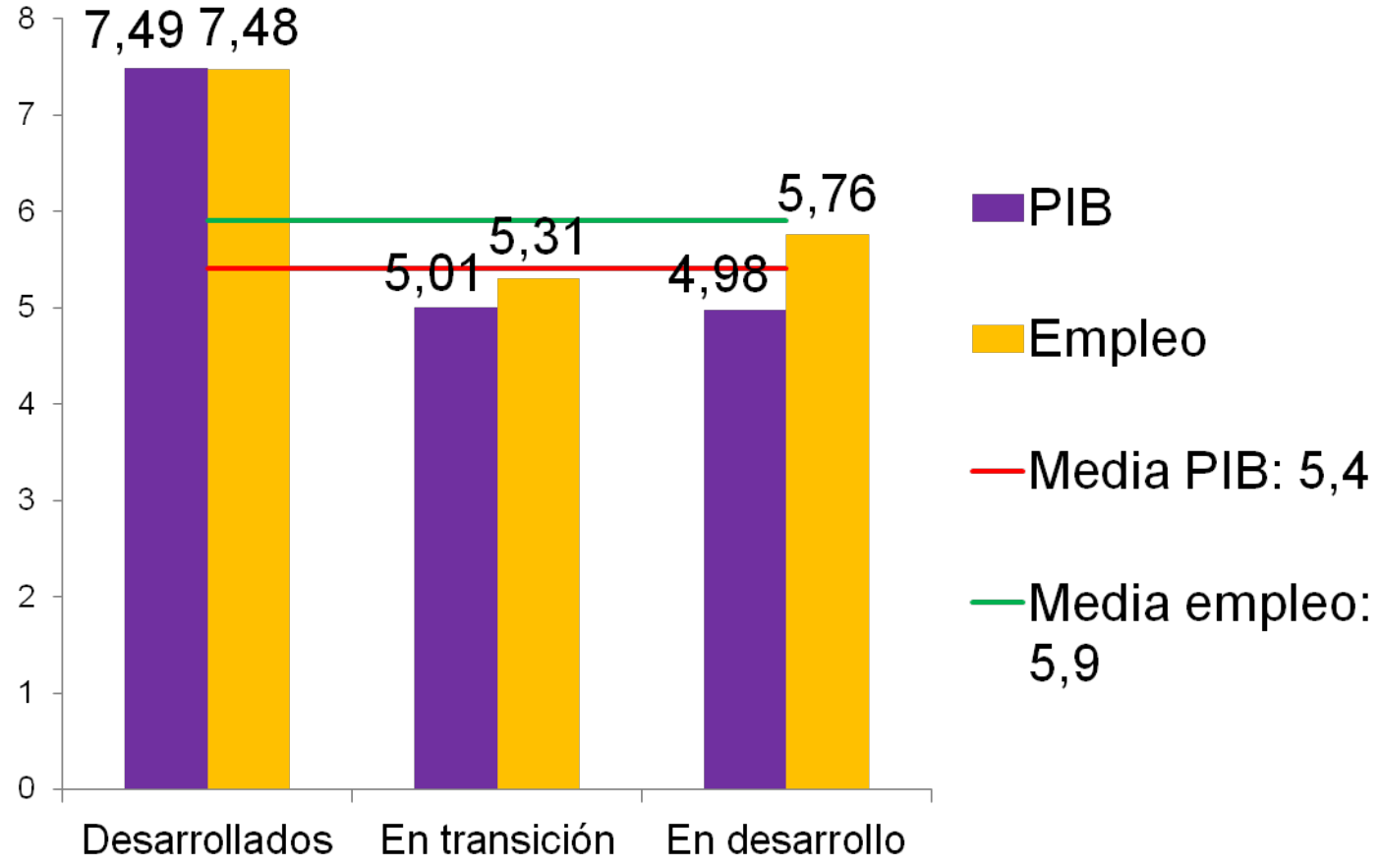
Contribución al PIB de las industrias núcleo según tipo de industria (% empleo)



Interdependientes: Ordenadores (25%), papel (25%), televisores, radios, etc. (23%)
Parciales: Arquitectura (50%), muebles (12%), joyería (9%)
No dedicadas: Comercio (56%), transporte (36%), telefonía e internet (8%)

Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

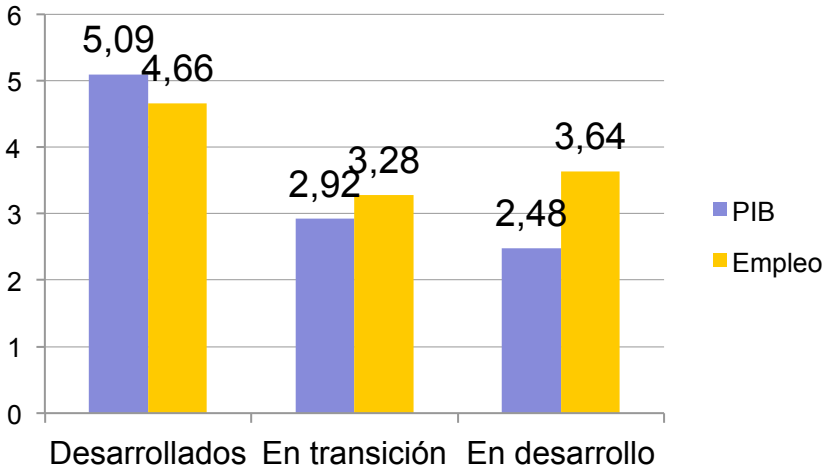
Contribución al PIB y el empleo según contexto de desarrollo



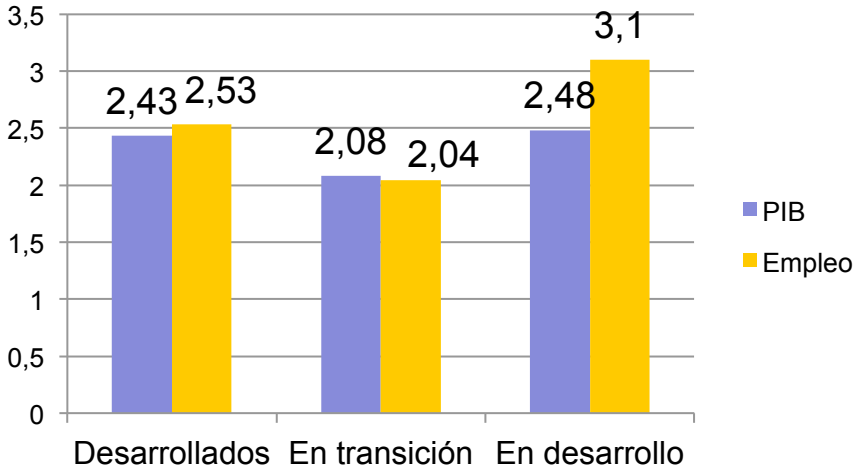
Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

Contribución al PIB y el empleo según contexto de desarrollo

Industrias núcleo

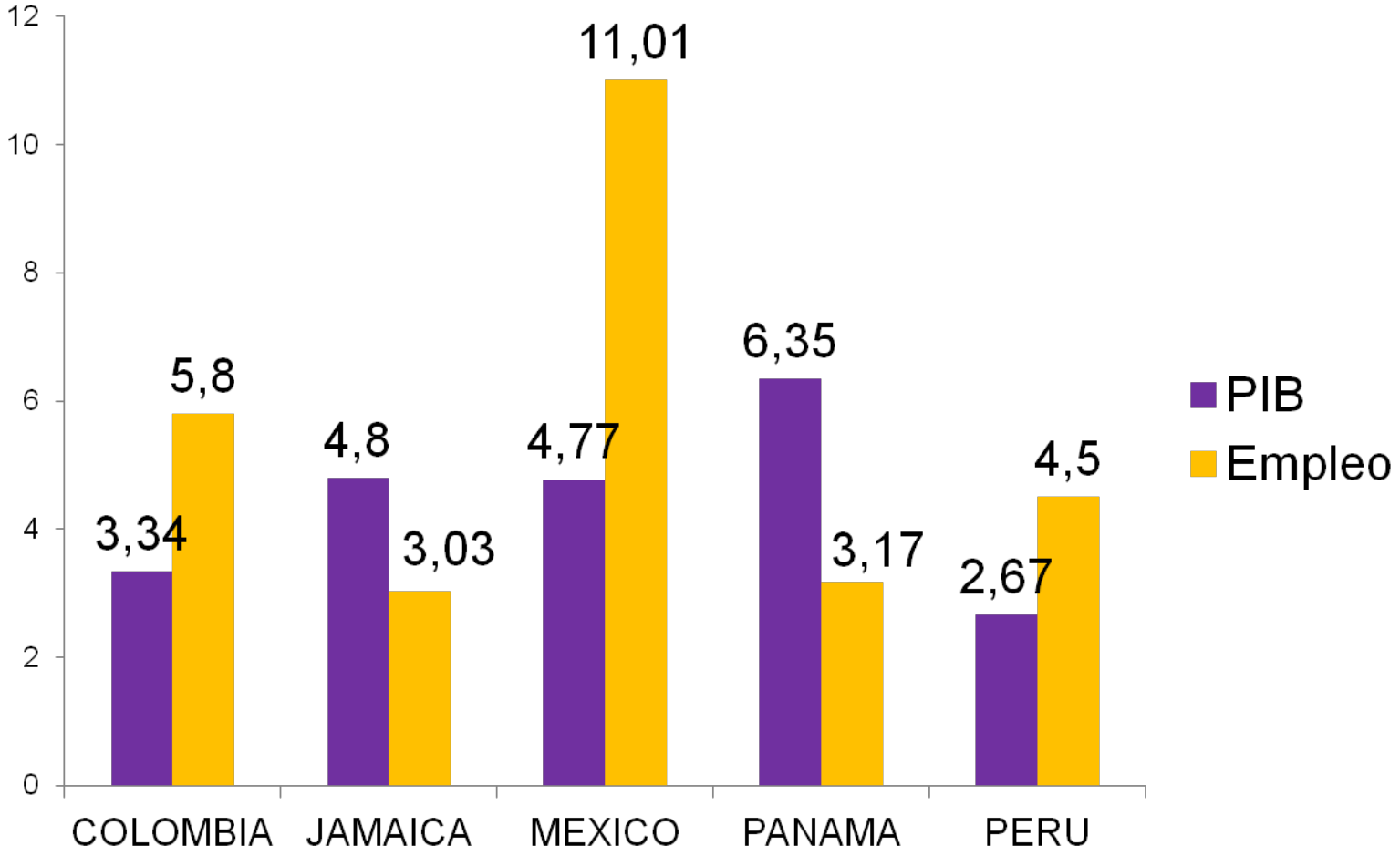


Resto de ind. copyright



Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

Contribución al PIB y el empleo



Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

- El 75% de los países analizados muestra una contribución de las ICR de entre el 4% y el 6,5% a su PIB y del 4% al 7% a su empleo
- Correlación positiva entre la contribución de las ICR al PIB y el PIB per capita
- Correlación positiva entre la contribución de las ICR al PIB y el International Property Right Index (Property Rights Alliance)
- Correlación positiva con el índice de baja corrupción (Transparency International's Corruption Perception Index)
- Correlación positiva con el Índice de Competitividad Global (World Economic Forum)
- Correlación positiva con el Índice Global de Innovación (INSEAD)
- Correlación positiva con los índices de investigación y desarrollo (World Bank Development Indicators)

Fuente: *WIPO studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. OMPI. Ginebra. 2012

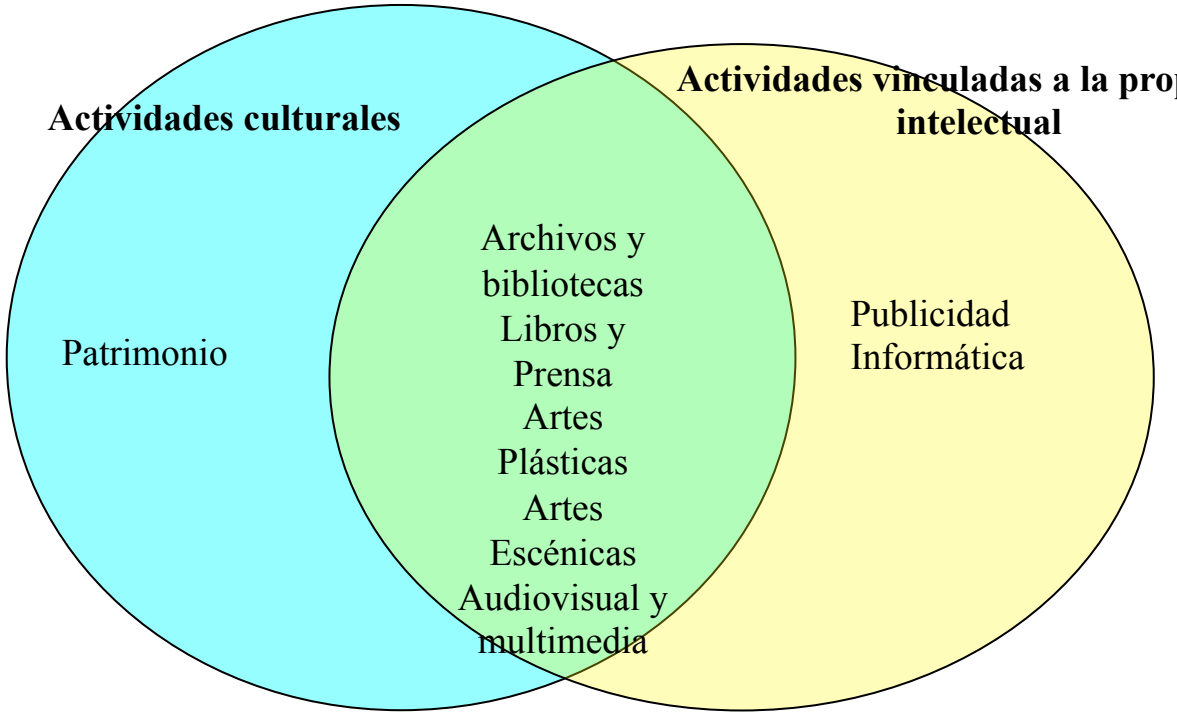
La cultura en España y su aportación al PIB

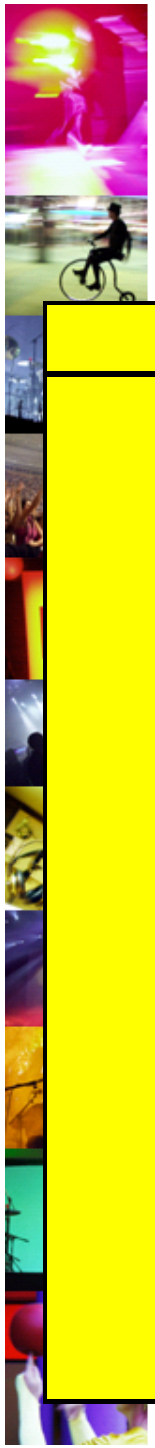
La cuenta satélite de cultura en España

Delimitación de actividades

Actividades relacionadas con la propiedad intelectual

Son aquellas actividades que no son estrictamente culturales pero que tienen algún componente creativo. En alguna medida, los sectores que se incluyen coinciden con los anteriormente expuestos pero quedan algunos fuera (Patrimonio) y se agregan otros (Informática y Publicidad).





La cuenta satélite de cultura en España

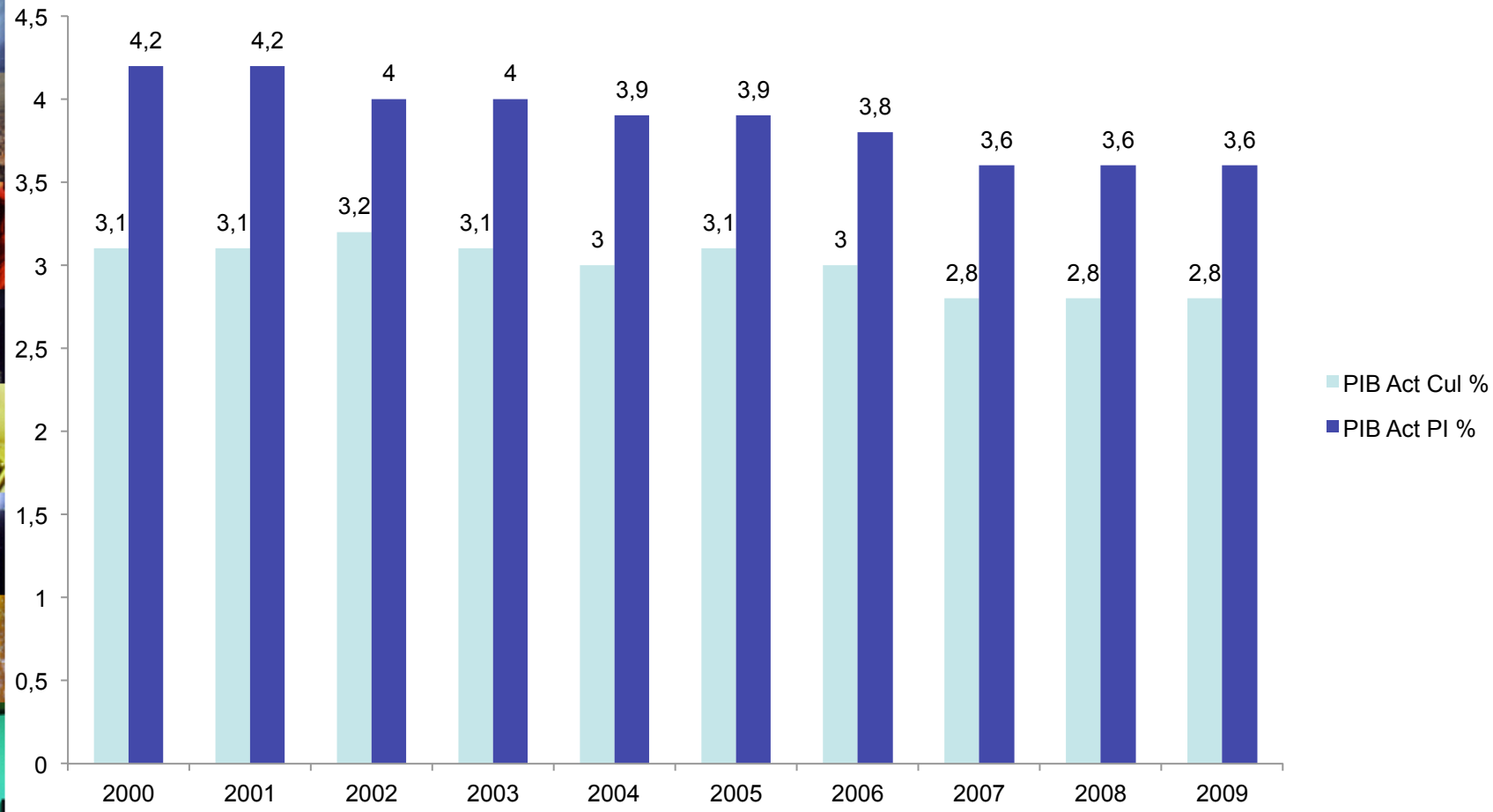
Delimitación de actividades

Además, el Ministerio clasifica las actividades según la **fase en la cadena de valor**, de esta manera, las actividades son doblemente clasificadas como se muestra a continuación:

		Patrimonio	Archivos y bibliotecas	Libros y prensa	Artes plásticas	Artes escénicas	Audiovisual y multimedia
Actividades características	**Creación**			Creación de trabajos literarios y articulos de publicaciones periódicas	Creación de artes plásticas y visuales, restauración. Arquitectura	Creación de trabajos escénicos, musicales, teatrales, coreográficos, etc.	Creación de trabajos cinematográficos, audiovisuales y multimedia
	Producción	Actividades de conservaciónde lugares y edificios históricos y de museos.	Actividades de bibliotecas y archivos	Edición de libros periódicos, revistas. Actividades de agencias de noticias y agentes literarios	Edición de reproducciones de grabados, litografías, etc. Actividades de fotiografía	Producción de espectáculos escénicos y otras actividades relacionadas	Producción y servicios artísticos de cinematografía y video, de música grabada, de programas de radio y de TV y otros trabajos multimedia o vinculados
	Fabricación			Artes gráficas y actividades de los servicios relacionados con las mismas			Reproducción de soportes de video o sonido grabados
	Difusión y distribución			Difusión y comercio de libros, prensa y publicaciones periodicas	Difusión y comercio de artes plásticas, galerías de arte y anticuarios	Difusión de espectáculos escénicos y musicales	Difusión, comercio, alquiler, exhibición y emisión de productos vinculados
	Actividades de promoción y regulación	Promoción y regulación de actividades culturales	Promoción y regulación de actividades culturales	Promoción y regulación de actividades culturales	Promoción y regulación de actividades culturales	Promoción y regulación de actividades culturales	Promoción y regulación de actividades culturales
	Actividades educativas	Actividades educativas vinculadas tales como Conservación y restauración	Actividades educativas vinculadas tales como Biblioteconomía o Documentación	Actividades educativas vinculadas tales como Literatura o Periodismo	Actividades educativas vinculadas tales como Bellas Artes, Historia del Arte, Artes Plásticas, Diseño o Arquitectura	Actividades educativas vinculadas tales como enseñanzas de la danza o de arte dramático	Actividades educativas vinculadas tales como Comunicación Audiovisual o de Imagen y Sonido o Historia de la Música

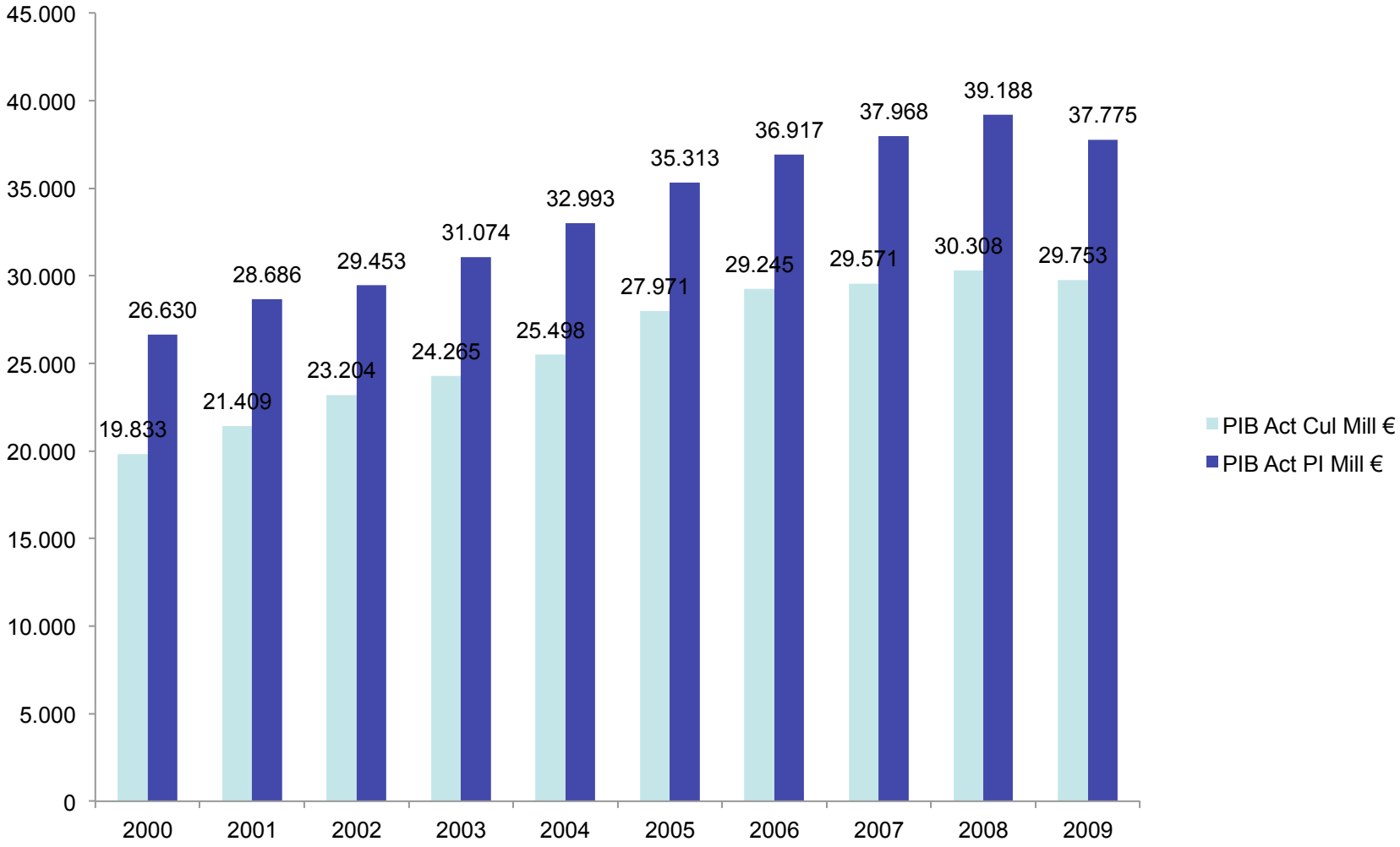
sigue

Evolución de la participación de las actividades culturales en el PIB



Fuente: Cuenta satélite de la cultura en España. MCU. 2011

Evolución del PIB generado por las actividades culturales (mill. euros corrientes)



Fuente: Cuenta satélite de la cultura en España. MCU. 2011

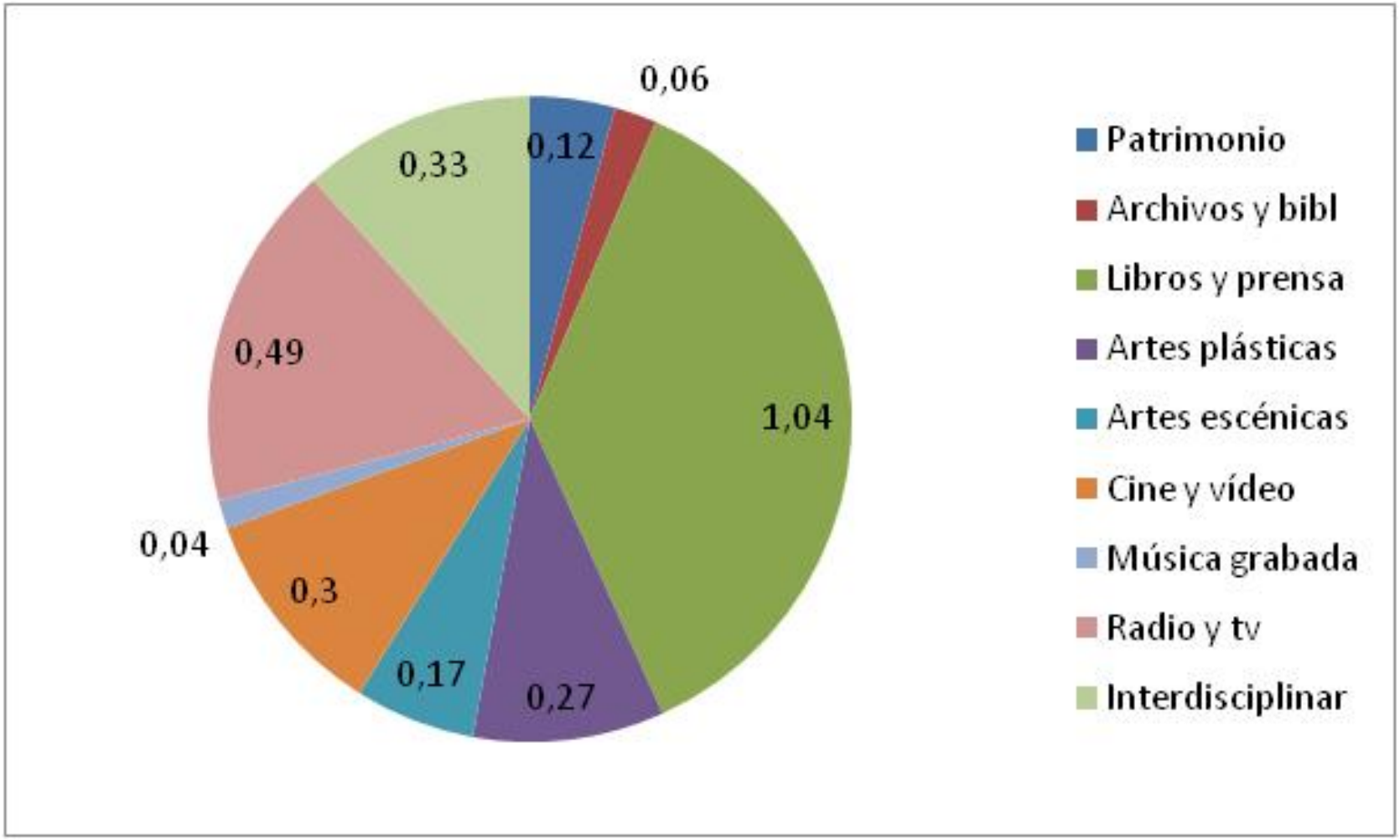
Participación en el VAB total de ramas de actividad y de las actividades culturales y vinculadas con la propiedad intelectual

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 (p)	2009(p)	MEDIA
Agricultura, ganadería y pesca	4,4	4,3	4,0	4,0	3,6	2,8	2,7	2,7	2,6	2,6	**3,4**
Energía	2,8	2,7	2,6	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,7	2,9	**2,7**
Industria	18,1	17,6	16,9	16,3	15,8	15,1	14,7	14,7	14,3	12,4	**15,7**
Construcción	8,3	8,9	9,4	9,9	10,6	12,1	11,8	11,8	11,4	10,8	**10,5**
Servicios	66,4	66,6	67,0	67,1	67,3	67,4	68,1	68,1	69,0	71,3	**67,7**
TOTAL	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Actividades culturales	3,3	3,3	3,4	3,3	3,3	3,2	3,1	3,1	3,0	2,9	**3,2**
Actividades ligadas a la PI	4,4	4,4	4,2	4,2	4,1	4,0	3,9	3,9	3,8	3,7	**4,1**

Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura. MCU. 2011
(P): Datos provisionales

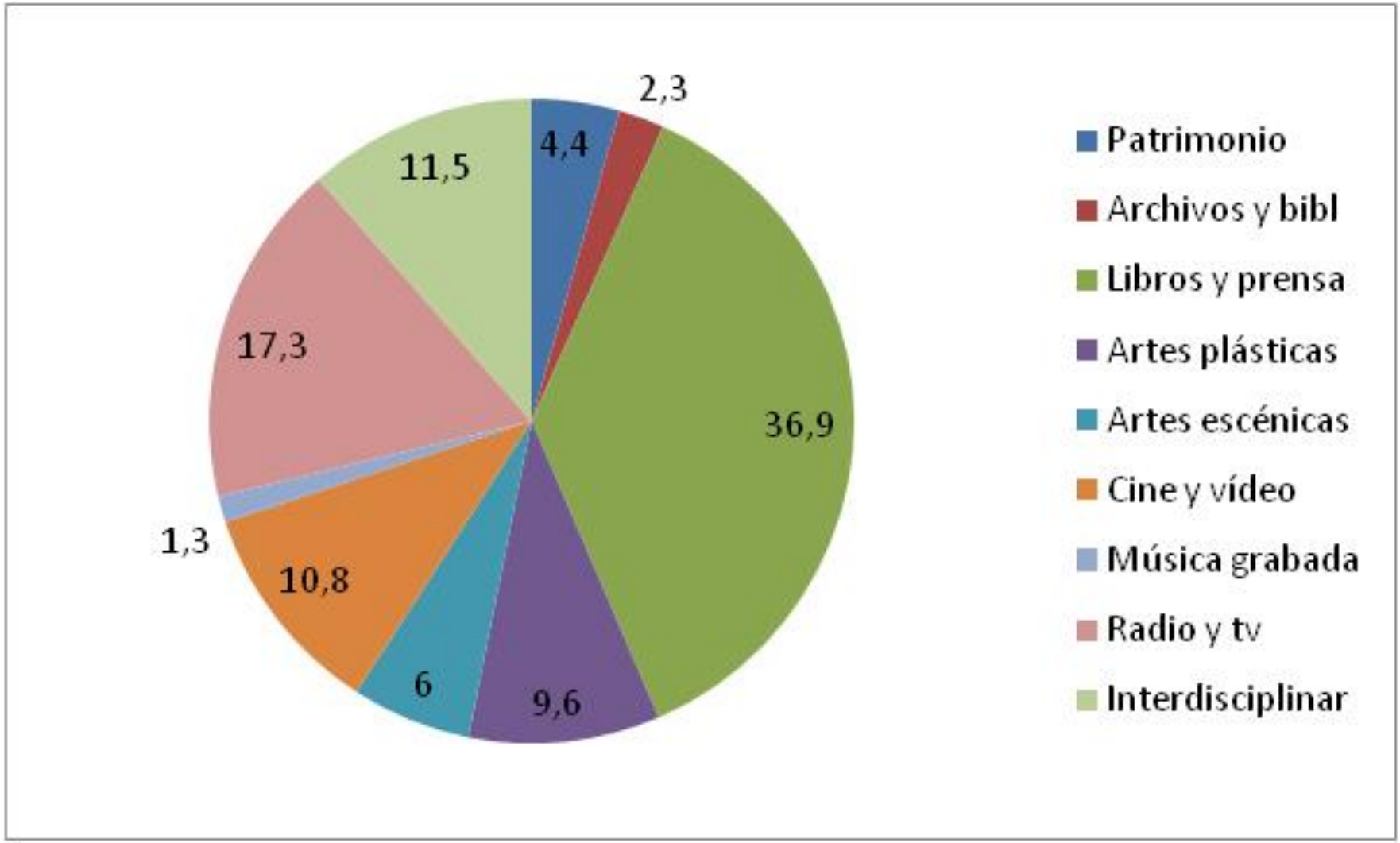
Tanto las actividades culturales como las ligadas a la Propiedad Intelectual tienen un peso superior al VAB generado por la Energía, y las actividades vinculadas a la PI superan, en términos de VAB, a la Agricultura, ganadería y pesca, por término medio, en el período para el que existen datos.

Aportación de los sectores culturales al PIB total (%) en 2009



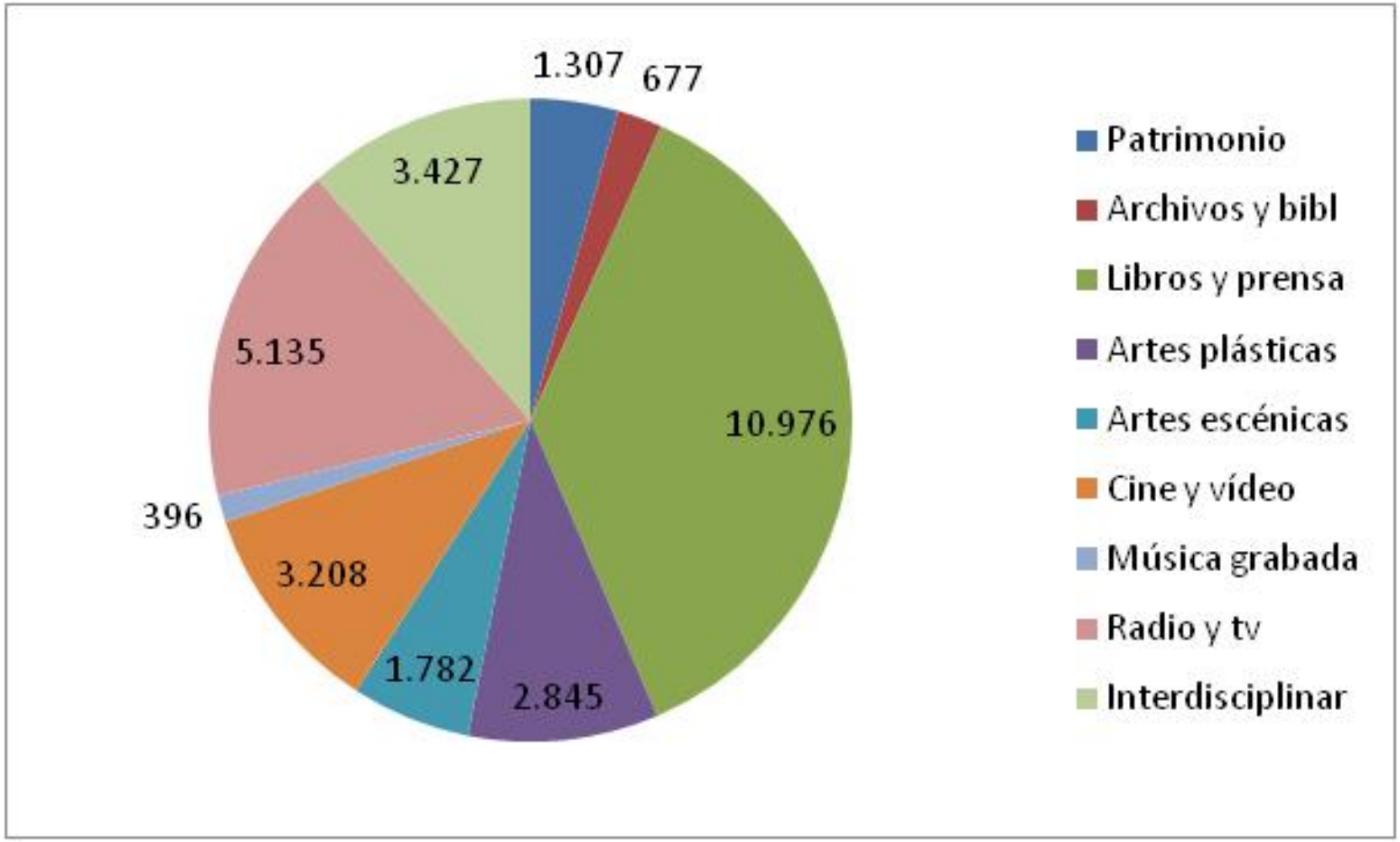
Fuente: Cuenta satélite de la cultura en España. MCU. 2011

Aportación de los sectores culturales al PIB cultural (%) en 2009

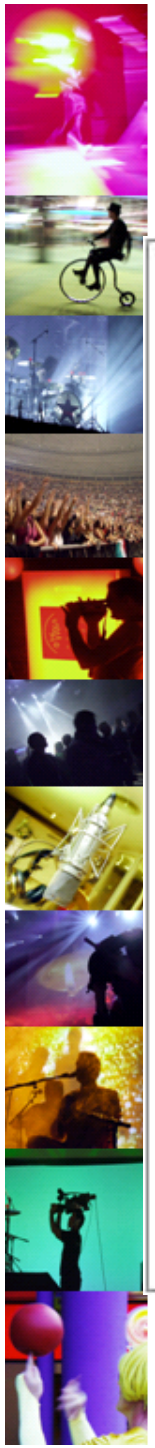


Fuente: Cuenta satélite de la cultura en España. MCU. 2011

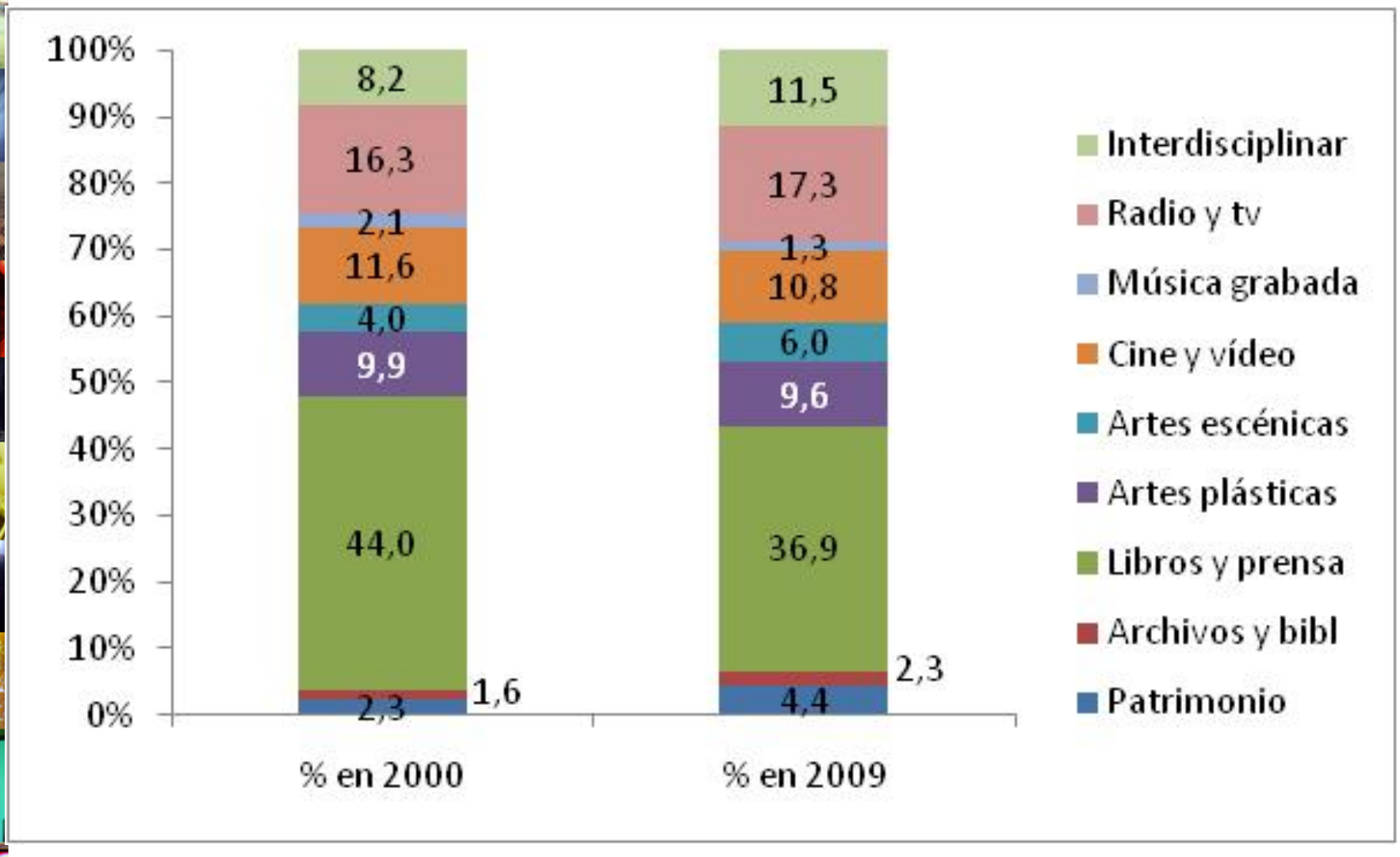
Aportación de los sectores culturales al PIB cultural (mill. euros) en 2009



Fuente: Cuenta satélite de la cultura en España. MCU. 2011

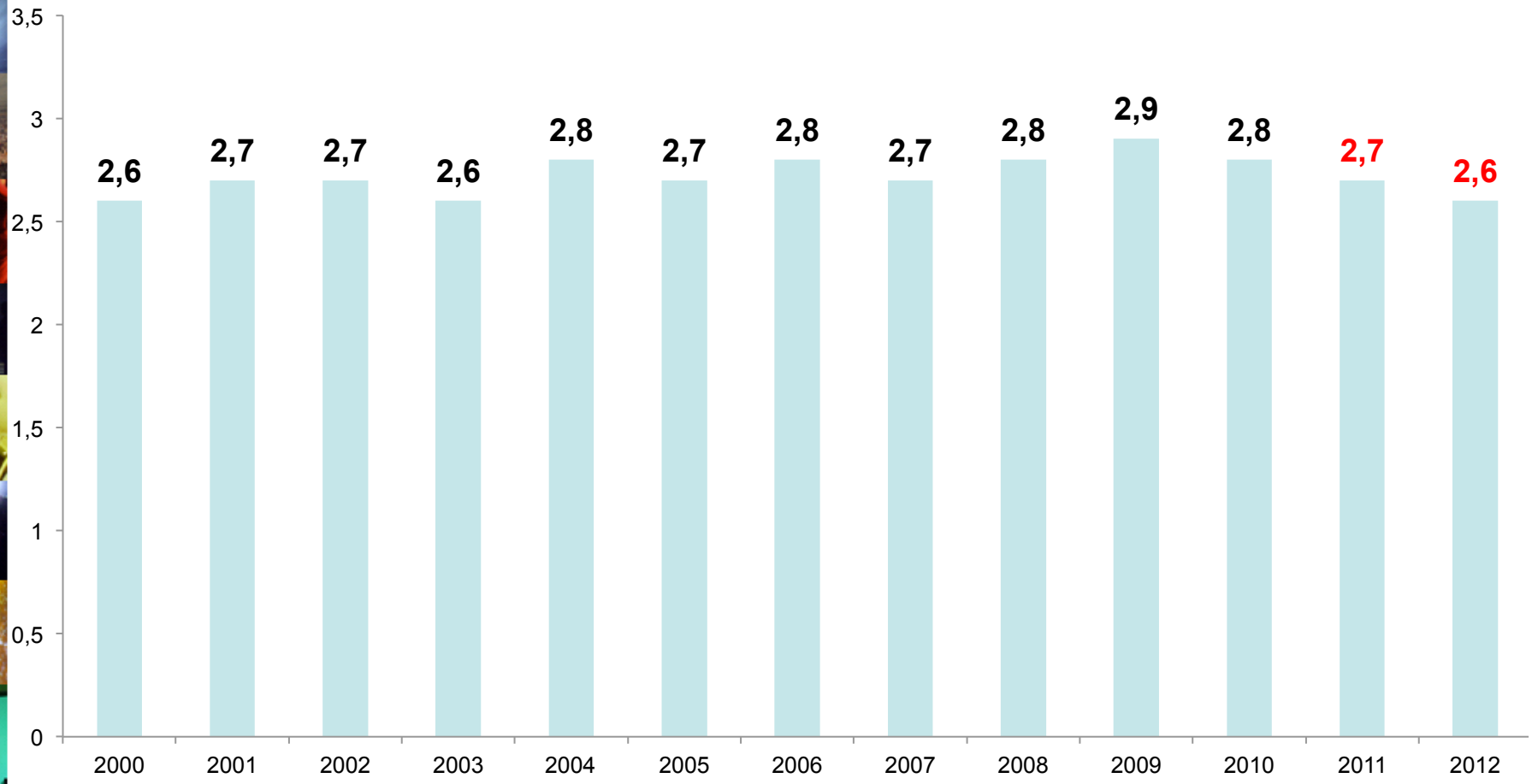


Evolución de la aportación de los sectores culturales al PIB cultura (2000-2009, en %)



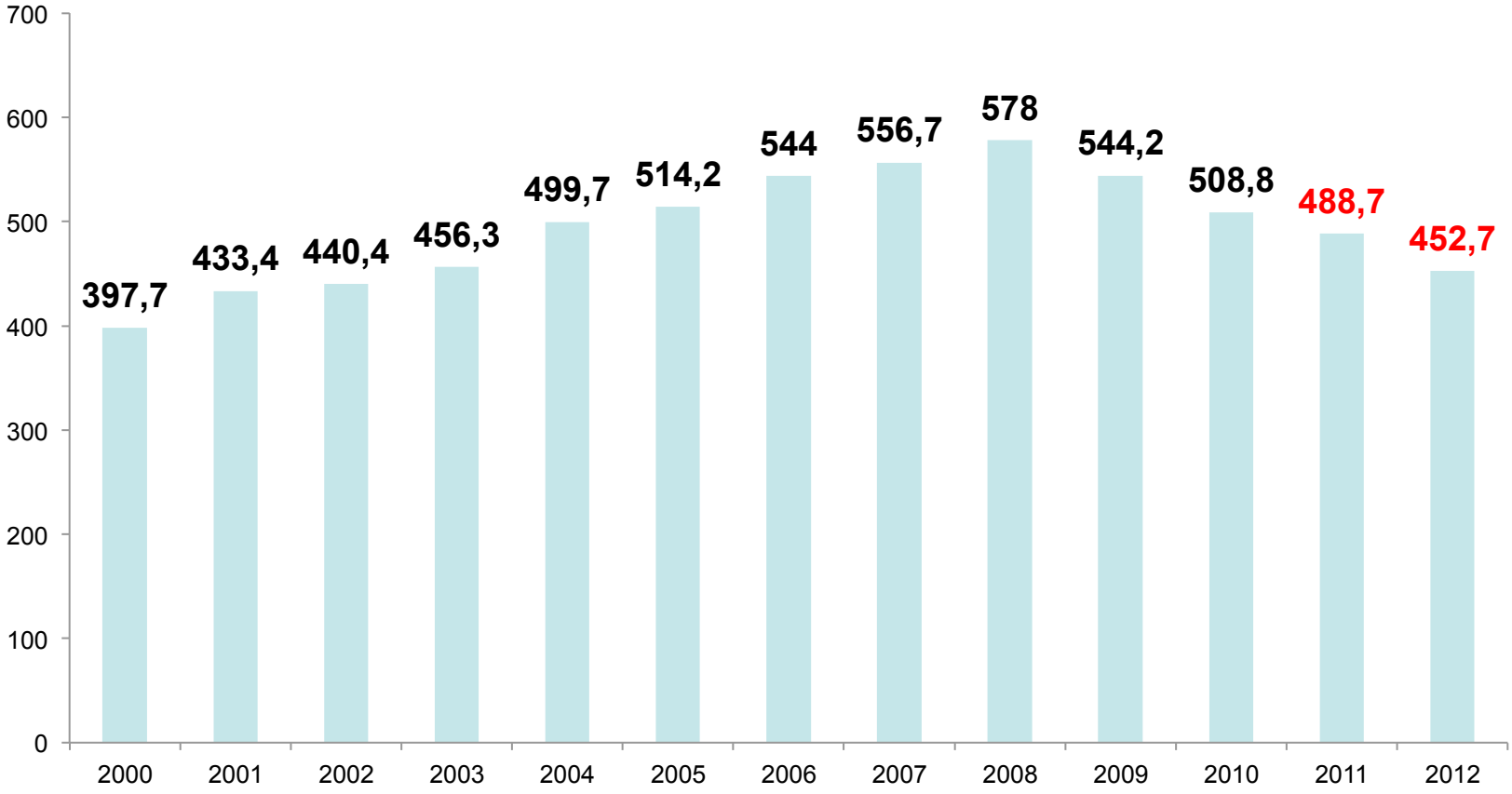
Fuente: Cuenta satélite de la cultura en España. MCU. 2011

Evolución de la participación del empleo cultural sobre el total de empleo (%)



Cambio de metodología a partir de datos 2011. No son directamente comparables. Fuente: INE Base y MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (varios años)

Evolución del empleo cultural (miles)



Cambio de metodología a partir de datos 2011. No son directamente comparables. Fuente: INE Base y MECD. Anuario de Estadísticas Culturales (varios años)

Características actuales de las industrias culturales

- La economía long tail (Chris Anderson). Polaridad extrema. Grandes grupos por un lado y compañías atomizadas por otro.
- Free! (Chris Anderson). Freemium
- Multiplicidad de prescriptores
- Nuevas élites. Omnivoridad en el consumo (Petterson vs Bourdieu)
- Prosumers. Las fronteras entre el autor y el consumidor de diluyen.

Retos

- Ordenación de las políticas públicas en un contexto presupuestario regresivo
- Impulso de las políticas públicas de demanda
- Coordinación de las políticas públicas de promoción cultural exterior
- Estrategias formativas orientadas a las necesidades del sector
- Financiación
- Propiedad intelectual

2.- Intervención pública en la financiación de la cultura

Introducción a la financiación

- Tripod economy (Mermimri, 2011). Tres pilares básicos de financiación. Financiación pública, financiación privada e ingresos por vía del mercado.

- Edwin Harvey (2003). La cultura está vinculada a una economía pública, a una economía de la filantropía, a una economía de mercado y a una economía mixta, mezcla de las anteriores.

- Financiación pública. El mercado, dadas las características de la cultura, no resulta eficiente para la asignación de recursos (Heilbrun & Grey, 1993; Frey (2005)

2.1.- Los fallos de mercado

- Externalidades.
  - Legado para las generaciones futuras
  - Identidad y prestigio nacional
  - Beneficios para la economía local y nacional
  - Contribución a una mejor educación
  - Mejora de l comportamiento y cohesión social
  - Apoyo a la innovación artística
- La cultura como un bien público. Consumo conjunto, no rival, no exclusión del consumo.
- Costes decrecientes
- Información imperfecta
- Pérdida de productividad (Síndrome de Baumol)

2.2.- Bienes de mérito y redistribución de la renta

- Bienes de mérito. Son bienes de mérito aquellos bienes que la sociedad ha decidido proveer en cantidades superiores a los que los individuos están dispuestos a adquirir a precios de mercado. (Musgrave, R.A & Musgrave, P.B (1992)). Transcribiendo las palabras de Heilbrun y Gray *"bienes de mérito son ese tipo de bienes y servicios con la cualidad de tener unos efectos mejores sobre la gente que lo que ellos piensan"* (Heilbrun y Gray, 1993).

- Por otro lado, y acorde a los principios igualitarios presentes en muchas constituciones nacionales -como es el caso de la Constitución Española de 1978-, ningún ciudadano, independientemente de su nivel de renta, debe ser excluido del disfrute de la cultura y las artes. En este sentido, y para compensar los efectos de una distribución de la renta dispar entre los distintos individuos, las administraciones públicas deben subsidiar el acceso a la cultura a los menos favorecidos, así como una mejor distribución geográfica de los bienes culturales. (J. Prieto de Pedro (1995)

3.- La financiación privada de la cultura

- Los estados, a través de la **política fiscal**, pueden impulsar la participación de la sociedad civil en el mantenimiento y desarrollo del sector cultural. Se trata de permitir deducir las aportaciones a instituciones culturales a la hora de calcular los impuestos, bien sobre la renta en el caso de las personas físicas o sobre sociedades en el caso de personas jurídicas. Así, según O' Hagan *"las deducciones fiscales alteran claramente para el donante el precio de su aportación benéfica a las artes. En concreto, las deducciones reducen el coste neto de aportar una suma fija a una institución cultural y, por esto, se podía inducir a los donantes a contribuir con mayores aportaciones que si no existiesen beneficios fiscales"* (O' Hagan, 2005: 113).

3.1.- Motivaciones de las empresas

- (O’ Hagan & D. Harvey, 2000)
- *Modelo neoclásico*. Según este modelo, el objetivo que subyace a la filantropía empresarial no es otro que el incrementar sus beneficios. El patrocinio empresarial *“persigue los objetivos inmediatos de aumentar las ventas de productos y servicios, mejorar la imagen empresarial y otras metas relacionadas con las relaciones públicas”.* (Kirchberg, 2005)
- *Modelo ético.* Idea de la responsabilidad social de la empresa y la idea de buen ciudadano empresarial. Tradicionalmente, han sido las actitudes personales (y valores) de los principales directivos de las empresas (incluso sus gustos personales) los que han determinado en buena medida la orientación de sus decisiones. En cualquier caso, la decisión de apoyar la cultura y las artes está motivada por la *“obligación moral de apoyar a la población más próxima geográficamente, la satisfacción personal obtenida gracias al hecho de ayudar y el deseo de mantener contacto con un mundo creativo y vital ajeno a los negocios”* (Kirchberg, 2005

3.1.- Motivaciones de las empresas

- *Modelo político*, que *"considera el patrocinio empresarial de la cultura como un medio para crear y preservar el poder y la autonomía empresarial, por ejemplo, frente a organizaciones públicas u otras compañías poderosas"* (Kirchberg, 2005). Se trataría, entonces, de generar buenas relaciones con el entorno local a través de las artes de tal modo que éste pueda, en un momento dado, presionar a favor de la empresa en cuestiones relativas a decisiones políticas.
- *Modelo de grupos de interés* (*stakeholders*). Las empresas no sólo influyen, sino que también son influidas por distintos grupos de interés. Las empresas están inmersas en un circuito de retroalimentación de tal manera que mejoras en la comunidad (inducidas, por ejemplo, por el patrocinio empresarial a las artes, promoviendo una imagen atractiva en lo cultural de un área geográfica determinada), tendrán claras repercusiones en el desarrollo de la propia empresa, que tendrá acceso a un mayor y mejor mercado, a unos empleados más cualificados y, además, verá como sus activos inmobiliarios incrementan su valor

3.2.- Motivaciones de las organizaciones culturales para buscar patrocinio

- V. Kirchberg (2005). El patrocinio empresarial de las artes.
- Motivo de reputación frente al resto de organizaciones
- Atracción de ayudas de otras empresas e incluso de financiación pública.
- Desarrollar programas complementarios o innovadores.
- Reflejo de una buena gestión de la propia organización cultural.
- Solución para emergencias financieras.

3.3.- La economía de las donaciones. Los casos de EEUU y Reino Unido

- Para EEUU, en 2011, las contribuciones de individuos, fundaciones, legados y empresas supusieron un total de 298.420 millones de dólares (un 2% del PIB), (Giving USA, 2012) (en 9171, un 2% del PIB. Descenso en 2008 y 2009).

- Crecimiento desde 2002 hasta 2008. Recuperación en 2010 y 2011 (crecimientos del 3% y 4% respectivamente, aunque aún no se recuperaron las cifras de 2007)

- Fuentes de las aportaciones: 73% proceden de individuos, el 14% de las fundaciones, el 8% de legados y el 5% de empresas (descenso en 2011, muy leve, del 0,1%).

3.3.- La economía de las donaciones. Los casos de EEUU y Reino Unido

- Recepción de las aportaciones: organizaciones religiosas (el 32% de las contribuciones), organizaciones educativas (13% de las contribuciones), servicios humanitarios (12%), servicios de salud (8%), asuntos internacionales (8%), servicios sociales (7%) y en séptimo lugar las organizaciones culturales (4%, 13.120 millones USD).

- Las artes y la cultura (un 4% en 2010 y 2011, aunque experimentaron un crecimiento en términos absolutos respecto a los años anteriores: un 8,4%)

3.3.- La economía de las donaciones. Los casos de EEUU y Reino Unido

- Donaciones a cultura y las artes en el Reino Unido: crecimiento en la última década (336,5 millones de libras en 2000/2001 a 686,6% en 2007/2008). Descensos en 2008/2009 pero recuperación en 2010 (658 millones de libras).

- Estructura financiera del sector cultural en Reino Unido (2010): el **46**% de fuentes públicas (13% de los Arts Councils, el 20% del Department for Culture, Media and Sports (DMCS), el 3% de otros dptos. del Gobierno, el 9% de los gobiernos locales y otras ayudas públicas y el 2% de los fondos de la lotería), el **38**% de ingresos vía mercado (ventas) y el **16**% de las aportaciones privadas .El 38% de las organziaciones culturales no reciben ingresos por parte de empresas, individuos o fundaciones.

3.3.- La economía de las donaciones. Los casos de EEUU y Reino Unido

- Fuerte correlación entre inversión privada e ingresos vía mercado (atracción de público)

- El 72% de las contribuciones las reciben las principales organizaciones culturales (con más de 5 millones de libras de ingresos anuales), el 15% las grandes organizaciones (entre 1 millón y 5 millones), el 11% las organizaciones de tamaño medio (entre 100.000 libras y 1 millón) y sólo el 2% de las contribuciones son recibidas por las organizaciones pequeñas (menos de 100.000 libras de ingresos anuales).

- El 68% lo reciben organizaciones en el área de Londres.

3.3.- La economía de las donaciones. Los casos de EEUU y Reino Unido

- Desde el punto de vista de actividades, el 32% fue para actividades de patrimonio, el 27% para museos y artes visuales, El teatro (8%), la música (6%), los festivales (4%), la danza, la ópera (el 3%), el cine y el vídeo (2%), las bibliotecas y los libros (1%).

- Procedencia: el 55% de las donaciones individuales (cuyo 88% va a las principales organizaciones), el 22% de las empresas y el 23% de las fundaciones y otros fondos.

3.4.- ¿La nueva Ley de Mecenazgo en España?

- Proposición de Ley de modificación de la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Grupo Parlamentario Popular (Congreso de los Diputados, 28 de enero de 2011 y debate parlamentario el 22 de marzo. Presentada por el actual Secretario de Estado de Cultura josé Maria Lassalle.
- Exposición de motivos: las divergencias entre el tratamiento fiscal al mecenazgo en España respecto a otros Estados europeos. Así, según la vigente Ley de mecenazgo española, los porcentajes de deducción son del 35% para las entidades sujetas al Impuesto de Sociedades y del 25% para las personas sujetas al IRPF. Se señala que en Francia los incentivos fiscales el 60% para la desgravación en la cuota para las empresas y entre el 66 y el 75% para las personas físicas. Que en Italia, dependiendo del tipo de donación, la desgravación puede alcanzar el 100%. Que en Alemania, las personas físicas se deducen el total de las donaciones hasta un máximo equivalente al 20% total de los ingresos del ejercicio. Y se hace mención expresa al contexto de la crisis económica

3.4.- ¿La nueva Ley de Mecenazgo en España?

- Creación del Observatorio del Mecenazgo para impulsar el arte joven

- Premio Nacional de Mecenazgo

- Modificación de los límites de las deducciones, alcanzándose el 60% (desde el 35% actual) para el caso de las empresas con un límite que pasa del 10% al 15% o el 50% para otras actividades culturales principalmente vinculadas al patrimonio y, para el caso de las personas físicas, modificándose el límite actual del 25% sobre el valor de la donación hasta el 70% a deducir de la cuota íntegra con un límite que pasa del 10% al 20%.

3.4.- ¿La nueva Ley de Mecenazgo en España?

- *"La proposición de ley que hoy presentamos supone, a nuestro modesto entender, un cambio de orientación estratégica en lo relativo a la política cultural. Hasta el momento, la política cultural de nuestro país ha girado alrededor de la subvención pública y a un intervencionismo público que ha protagonizado el Estado, las comunidades autónomas y los municipios. Hoy tenemos la oportunidad de introducir un cambio estratégico en el eje de gravedad de la política cultural. En primer lugar, atribuyendo a la sociedad civil el protagonismo, no solo en el hecho decisorio que sustenta la política cultural, sino al propio desarrollo de esta. Y, en segundo lugar, colocando a la libertad creativa y al estímulo de los emprendedores creativos como los soportes conceptuales de un nuevo diseño, insisto, de política cultural"* (Lassalle, 2011).

3.4.- ¿La nueva Ley de Mecenazgo en España?

- Debate:
- Efectos negativos sobre la recaudación de impuestos en un contexto de déficit público,
- Favorecer a las grandes empresas que mediantes sus propias fundaciones y colecciones detraigan ingresos públicos
- Predominio del sector cultural frente a otros sectores (educación investigación servicios sociales)
- Privatización de la intervención pública.

4.- El mercado. Nuevo paradigma tecnológico

4.- El mercado. Nuevo paradigma tecnológico

- Potencialidades del nuevo paradigma tecnológico para el desarrollo de ingresos vía mercado:
  - Desarrollo de públicos
  - Desarrollo de economías de nicho (Economía de la larga cola. Anderson, 2007)
  - Gratuidad: La gratuidad es el robo (Denis Olivennes, 2008) / Gratis, el futuro de un precio radical (Anderson , 2009).
  - Micromecenazgo/crowfunding
- Políticas públicas que afectan al mercado: herramientas fiscales: Impuesto sobre el valor añadido.

  "en Europa la intención es tener un tipo de IVA más bajo para el sector de las artes, ya que la Sexta Directiva del Consejo Europeo de 1977 comprometía a los Estados miembros a que el teatro, los conciertos y otros actos culturales estuvieran exentos de este impuesto por razones de interés público" (O' Hagan, Los beneficios fiscales, en Manual de Economía de la Cultura,Towse,2005)

5. La gestión colectiva de derechos de autor

Cisac: Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores

- Facturación por las licencias emitidas, en concepto de derechos de Autor: **7.600 millones € (2011)**
- Sociedades de Gestión Colectiva de Derechos de Autor: **231 (2012)**
- Países donde operan: **121 (2012)**
- Número de obras musicales, audiovisuales, coreográficas, literarias, dramáticas, artes plásticas, etc: **más de 150 millones de obras**

En España hay 8 EG'S:

	INGRESOS SOCIALES 2011 (Datos en Miles de euros)	%	FUNDACIÓN
SGAE	311.381	63,5%	1899
AIE	51.971	10,6%	1989
AISGE	49.085	10,0%	1990
AGEDI	28.261	5,8%	1989
EGEDA	18.970	3,9%	1990
CEDRO	22.030	4,5%	1988
VEGAP	6.546	1,3%	1990
DAMA	2.341	0,5%	1999
TOTAL	490.585	100%	

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte-Cultura Base (actualizado febrero 2013).

Nota: las cifras del MCU no incluyen los datos de admon. de otras sociedades

Sociedad General de Autores y Editores

- **Fundada en 1899.**
- **Gestión Colectiva eficiente de los derechos de autor.**
- **Acciones de Formación, Promoción y asistencia a sus miembros.**
- **Ingresos sociales en 2012: 258,60 MM. €**
- **Derechos repartidos en 2012: 384,1 MM. €**

Sociedad General de Autores y Editores

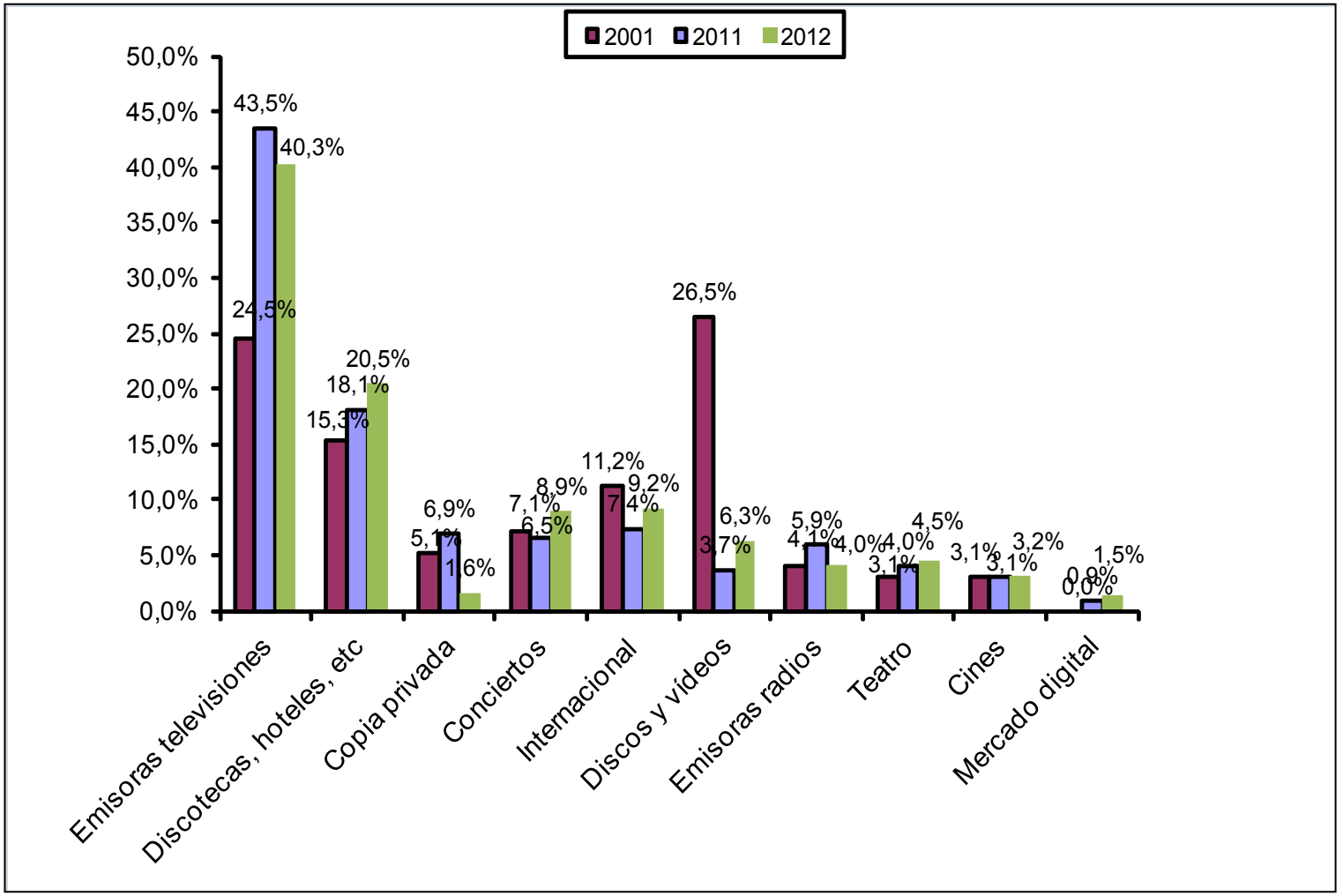
- Tipo de obras representadas:
  - Artes Escénicas - Teatro, Danza, Ballet, Ópera, Género Lírico, etc.
  - Música - Clásica, Moderna, Folclórica, etc.
  - Audiovisual – Cine y Televisión
  - Multimedia
- Autores, Compositores y editores musicales en SGAE: **106.742**
- Obras originales de nuestros socios: más de **5 millones**

- En 2012 la SGAE obtuvo en concepto de ingresos sociales 258.601 millones de Euros

(Datos en miles de euros)

CONCEPTO	IMPORTE	%
EMISORAS TELEVISIONES	104.239	40,3%
DISCOTECAS, HOTELES,...	52.885	20,5%
COPIA PRIVADA	4.231	1,6%
CONCIERTOS	23.052	8,9%
INTERNACIONAL	23.890	9,2%
EMISORAS RADIOS	16.293	6,3%
DISCOS Y VÍDEOS	10.358	4,0%
TEATRO	11.712	4,5%
CINES	8.174	3,2%
MELODÍAS, DESCARGAS,...	3.767	1,5%
TOTAL	258.601	100%

DISTRIBUCIÓN INGRESOS SOCIALES 2001, 2011 y 2012



Fuente: SGAE

rgutierrez@fundacionautor.org