

Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación

Las industrias culturales en la era digital

Enrique Bustamante (coordinador)

En el marco de la Fundación Alternativas, un equipo de investigadores ha estudiado las transformaciones que las nuevas tecnologías y redes digitales están produciendo en la comunicación y las industrias culturales en general, y las tendencias y escenarios que se están configurando en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica. Se ofrece así una perspectiva internacional de los temas estudiados en el primer volumen dedicado a España *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*.

En el presente volumen, se analizan los principales sectores digitales, desde el disco, el libro y el cine hasta la prensa, la radio, la televisión y los videojuegos; y se examinan los grandes retos transversales planteados: las estrategias de los grupos multimedia, los derechos de autor, las experiencias de políticas culturales y comunicativas en nuevas redes.

En conclusión, se constata la construcción de un nuevo sistema mundial de comunicación y cultura, constituido de pugnas y coexistencias analógicas y digitales, con notables posibilidades para construir una cultura más rica y plural. Pero también se comprueba un salto cualitativo de la mercantilización y la internacionalización de las industrias culturales, con el riesgo de ahondar la fractura digital en este campo. Un desafío trascendental que apela a la reformulación de políticas públicas coherentes que coloquen a la cultura en el centro del desarrollo.

Participan en este trabajo, además del coordinador, conocidos expertos en el estudio de cada temática: Luis Alfonso Albornoz, José María Álvarez Monzoncillo, Gustavo Buquet, Rosa Franquet, Celeste Gay, Gloria Gómez, Juan Carlos de Miguel, Pedro M. Moreno y Ramón Zallo.

Índice

Resumen: Por una cultura digital democrática	13
Introducción: Las industrias culturales, entre dos siglos	
<i>Enrique Bustamante</i>	19
A. Objetivos de la investigación	19
B. Las industrias culturales: industrias muy particulares	21
C. De la concentración a la globalización	27
D. Las políticas culturales y de comunicación	34
I. Libro y entorno digital: un encuentro de futuro	
<i>Gloria Gómez-Escalonilla</i>	39
1. La industria del libro tradicional: una potencia sin equilibrio	39
2. El reto tecnológico: oportunidades y desafíos para la industria editorial	42
3. Internet y los autores: un mundo de facilidades por descubrir	49
4. La necesidad de políticas de cultura y comunicación en las nuevas redes	51
Notas	54
II. Música <i>on line</i>: batallas por los derechos, lucha por el poder	
<i>Gustavo Buquet</i>	57
1. Evolución del mercado en sus soportes tradicionales: 1950-2000	57
2. La digitalización de la música: del CD al MP3	62
3. La oferta en el mercado virtual de la música: una compleja estructura de nuevos negocios	64
4. Cadena de valor y modelos de negocio en la Red: hacia una nueva distribución de los derechos de autor	74
5. Consumo: la resistencia a pagar por la música en la Red ..	77
6. Conclusiones: competencia y democratización en el mercado de la música <i>on line</i>	79
Notas	83

III. Cine: riesgos y oportunidades se equilibran ante el cambio digital

<i>José María Álvarez Monzoncillo</i>	85
1. Transformaciones estructurales en la cinematografía mundial	85
2. La innovación tecnológica: tecnologías y películas	89
3. Mercado: nadar y guardar la ropa	93
4. Personalización del consumo y nueva cadena de valor sin intermediarios	103
5. Las políticas culturales y de comunicación ante las redes digitales	105
Notas	109

IV. La prensa *on line*: mayor pluralismo con interrogantes

<i>Luis A. Albornoz</i>	111
1. Cambios en la prensa analógica	111
2. Una continua reconversión tecnológica	115
3. De los primeros periódicos <i>on line</i> a... ¿la recartelización? ..	117
4. La creciente diversificación de la prensa <i>on line</i>	122
5. Modelo de negocio: ¿pagar o no pagar?, ésa es la cuestión ..	126
6. El consumidor de información digital	128
7. La prensa diaria <i>on line</i> : en busca de una nueva lógica	130
8. En defensa de la diversidad, el desarrollo y el espacio público democrático	132
Notas	135

V. La radio ante la digitalización: renovarse en la incertidumbre

<i>Rosa Franquet</i>	139
1. La radio en las últimas décadas del siglo XX. Grandes tendencias	139
2. El estándar digital: esperanzas e incertidumbres	144
3. Estancamiento programático y en los servicios de valor añadido	148
4. La fruición radiofónica a través de las redes digitales	150
5. El modelo de negocio: vías complejas de recursos	152
6. Nuevos actores en la Red: de la euforia al desencanto	154
7. Conclusiones: encrucijadas fructíferas	159
Notas	160

VI. Televisión digital: globalización de procesos muy nacionales

<i>Enrique Bustamante</i>	167
1. Introducción: la amplia evolución de un cuarto de siglo ..	167

2.	Las «nuevas tecnologías»: antecedentes e hipotecas actuales	173
3.	Las tecnologías digitales: competencia entre soportes ...	175
4.	Las redes digitales: soportes múltiples pero no tan neutrales	177
5.	La oferta: diversidad problemática	181
6.	Programación y producción: promesas a plazo incierto ...	187
7.	El consumo y sus «cuellos de botella»	190
8.	Financiación y modelos de negocio: simplificaciones y nuevas complejidades	191
9.	La televisión interactiva: difíciles mixturas con Internet .	193
10.	Las políticas de TV digital: alternativas básicas	197
	Notas	201

VII. El videojuego: lecciones de la primera cultura multimedia

	<i>Pedro Manuel Moreno</i>	207
1.	Dinamismo y multiplicidad de soportes	207
2.	Del ping-pong a la conquista del Sarre: breve historia del videojuego	210
3.	Amplio catálogo de juegos, desigualmente repartido	212
4.	Larga vida a la consola, objetivo de la cadena de valor ...	215
5.	Demanda fiel y preparada para el cambio	217
6.	Un sector cultural olvidado, infravalorado y desprestigiado por los gobiernos	218
7.	Políticas públicas: por la desconcentración de la creación y la diversidad temática	220
	Anexo: Cuadros	222
	Notas	224

VIII. Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia

	<i>Juan Carlos de Miguel</i>	227
1.	Consideraciones sobre los grupos europeos y norteamericanos	228
2.	Viejos medios, nuevos medios: hacia Internet	234
3.	Las fusiones son abiertas y multidimensionales	235
4.	Consideraciones sobre la convergencia	236
5.	Problemas de análisis de los movimientos estratégicos ...	242
6.	A modo de conclusión: una nueva etapa	245
	Anexo: Cuadros	248
	Notas	255

IX. El derecho de propiedad intelectual: por un nuevo equilibrio entre creadores e interés general

	<i>Celeste Gay Fuentes</i>	257
--	----------------------------------	-----

1. La evolución del derecho de autor	257
2. El equilibrio entre los derechos de propiedad intelectual y otros intereses públicos	262
3. La propiedad intelectual en el entorno digital	265
4. La adaptación de los derechos de propiedad intelectual en Internet	270
5. Los temas excluidos de la regulación internacional	283
6. Conclusiones: por un nuevo equilibrio con el interés público	285
Notas	289

X. Políticas culturales regionales en Europa: protagonismo de las regiones.

<i>Ramón Zallo</i>	297
1. Mundialización y regionalización comunicativa	297
2. Estados, identidades y regiones en Europa	302
3. Evolución de los modelos dominantes en política cultural	303
4. La Unión Europea y la política cultural regional	306
5. Políticas culturales regionales en Europa	312
6. Algunas tendencias en las políticas culturales regionales europeas	318
7. Europa de las Regiones y Sociedad de la Información ...	320
Notas	323

Conclusiones: un nuevo sistema de comunicación y cultura en gestación	333
A. Transformaciones de las I.C.: desintermediación y nuevos intermediarios	335
B. Cambios en los modelos de negocio: guerras de poder	339
C. Concentración/globalización: colonizar las nuevas redes ...	343
D. Las grandes disyuntivas: «diversidad comercial» o pluralismo	346
E. Políticas culturales y comunicativas de futuro: propuestas abiertas	348
Notas	353

Bibliografía	357
---------------------------	-----

Anexo: Consejo asesor internacional	379
--	-----