

WE intangia

GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

OCTUBRE - DICIEMBRE 2018 REVISTA N. 31



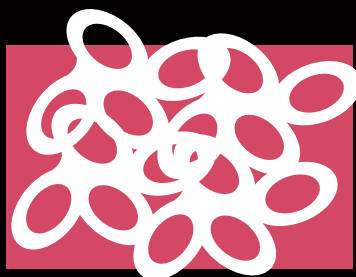
DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL
A VUELTAS CON LA FISCALIDAD DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

INTANGIBLES
NUEVOS TIPOS DE MARCAS COMERCIALES Y LAS POSIBILIDADES DE REGISTRO

EXPERIENCIAS INTERNACIONALES
ESTRATEGIA EUROPEA DEL MERCADO ÚNICO DIGITAL

ASOCIADAS
2ª JORNADA: LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN FEMENINO. CONCLUSIONES

ACTIVIDAD INTANGIA
ACTIVIDADES ÚLTIMO TRIMESTRE 2018 Y PRÓXIMAS ACTIVIDADES



intangia
GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

REVISTA N. 31

**DERECHOS DE PROPIEDAD
INTELLECTUAL**

A VUELTAS CON LA FISCALIDAD DE
LOS DERECHOS DE PROPIEDAD
INTELLECTUAL

INTANGIBLES

NOVEDADES LEGISLATIVAS EN
TORNO A LOS INTANGIBLES. LOS
NUEVOS TIPOS DE MARCAS
COMERCIALES Y LAS POSIBILIDADES
DE REGISTRO

**EXPERIENCIAS
INTERNACIONALES**

LA ESTRATEGIA EUROPEA DEL
MERCADO ÚNICO DIGITAL. EN QUÉ
AFECTA AL SECTOR CREATIVO

ASOCIADAS

2ª JORNADA "LA PROPIEDAD
INTELLECTUAL EN FEMENINO".
CONCLUSIONES

ACTIVIDAD INTANGIA

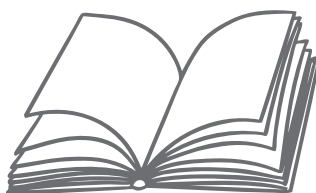
ACTIVIDADES ÚLTIMO TRIMESTRE
2018 Y PRÓXIMAS ACTIVIDADES

REVISTA WE INTANGIA
ISSN N° 2530-0423
ASOCIACIÓN INTANGIA
C/ SAN JULIÁN, 22 LOCAL
31171 ORORBIA
NAVARRA (SPAIN)

TF. + 34 948 321399
INFO@INTANGIA.ES

A VUELTAS CON LA FISCALIDAD DE LOS DERECHOS DE AUTOR

TIPOS REDUCIDOS SOBRE EL IVA



El último trimestre del año 2018 ha generado numerosas reformas legislativas. En esta edición de la revista haremos un repaso de algunas de ellas, relacionadas con los derechos de propiedad intelectual, los intangibles, o relacionado con la reglamentación que ha comenzado a entrar en vigor en el mercado digital europeo.

En relación a los derechos de propiedad intelectual, una de las reformas más mediáticas ha sido la reforma fiscal relacionada con la explotación de obras intelectuales.

Tenemos además normativas nuevas a nivel europeo como a nivel nacional.

La nueva Directiva 2018/1713, que modifica la Directiva de 2006 sobre IVA, indica que se podrán aplicar los **tipos reducidos sobre el IVA** al:

*Suministro, incluido el préstamo en bibliotecas, de libros, periódicos y revistas, **bien en cualquier medio de soporte físico, bien por vía electrónica, o en ambas formas** (incluidos folletos, prospectos y material impreso similar, libros ilustrados y de dibujo y coloreado infantiles, música impresa o manuscrita, mapas, planos y levantamientos hidrográficos y similares), que no sean íntegra o predominantemente publicaciones destinadas a la publicidad y que no consistan íntegra o predominantemente en contenidos de vídeo o música audible (Anexo III, punto 6)- la negrita es nuestra.*

La diferenciación, desde el punto de vista tributario, entre **obras intelectuales tradicionales y obras intelectuales digitales**, es un punto polémico permanente en el ámbito de la fiscalidad de los derechos de propiedad intelectual. Rescato aquí uno de mis trabajos de doctorado, titulado "La fiscalidad internacional del software", presentado ante la UAB (Universidad Autónoma de Barcelona) en el año 1999, en el que ya analizaba la tributación aplicable a los contratos de cesión de derechos de explotación, aunque de forma específica estudiaba los contratos de transferencia de tecnología, y los derechos de explotación eran en concreto los derechos de uso sobre el software. En aquella época, se diferenciaba ya entre los tributos aplicables a:

- Obras literarias, artísticas, musicales y teatrales, a las que se aplicaba un tipo reducido
- Obras cinematográficas, científicas, patentes, marcas, incluyendo a otros medios de transmisión de la imagen y el sonido, entre las que se incluyen los programas de ordenador, a las que se aplicaba un tipo intermedio
- El resto no mencionado en los 2 grupos anteriores, que tributarán a un tipo general.

Desde entonces ha llovido mucho, por ejemplo, el sector cultural y creativo llevaba sufriendo una imposición general del 21% de IVA desde el año 2012. Desde entonces es conocida la reivindicación del colectivo artístico y creativo para la reducción del IVA aplicable a los productos culturales.

Esta reducción se ha producido a través del Real Decreto-Ley 26/2018, de 28 de diciembre.

Las principales novedades son:

En el IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

Modificación de la **deducción por inversiones** en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales.

Lo más importante es la derogación de las obligaciones a las productoras derivadas de la Ley de 2014.

En el IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Modificación del tipo de retención aplicable a los rendimientos del capital mobiliario procedentes de la propiedad intelectual cuando el contribuyente no sea el autor.

Con efectos desde 1 de enero de 2019, el porcentaje de retención para los rendimientos del capital mobiliario procedentes de la propiedad intelectual cuando el contribuyente no sea el autor será el **15 por ciento**.

En el IMPUESTO SOBRE VALOR AÑADIDO

Se añade un nuevo número 13º en el artículo 91. Uno.2 de la LIVA, por el que se aplica el **tipo reducido** a los servicios prestados por intérpretes, artistas, directores y técnicos que sean personas físicas, a los productores de películas cinematográficas susceptibles de ser exhibidas en salas y a los organizadores de obras teatrales y musicales.

Así como el IMPUESTO DE SOCIEDADES y el IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS, tendremos que tener en cuenta las transferencias autonómicas y las regulaciones propias a través de normas forales, la nueva reforma sobre el IVA sí afecta a la totalidad del territorio español.



Para aclarar los distintos tipos tributarios sobre el IVA aplicable a los derechos de propiedad intelectual, hemos solicitado ayuda para la redacción final de este artículo a **Ana Oteiza**, asesora fiscal colaboradora de la Asociación Intangia, quién señala algunos tipos impositivos aplicables al IVA:

TRATAMIENTO FISCAL A PROYECTOS CREATIVOS

Como ocurre siempre que se aborda el tratamiento fiscal de cualquier tipo de actividad profesional, empresarial o artística hay una amplia casuística, existiendo una regla general y multitud de excepciones de la misma.

Así mismo, el tratamiento fiscal de cualquier actividad tiene principalmente dos vertientes, la imposición directa, es decir, la tributación en el Impuesto sobre la Renta de las personas físicas (I.R.P.F.), y la imposición indirecta, la tributación a efectos del Impuesto sobre el Valor Añadido, comúnmente conocido como el IVA.

En este artículo, trataremos de dar unas pinceladas generales a los casos más comunes de los diferentes



creadores artísticos a efectos del IVA. Todo esto sin olvidar que, en el caso de la tributación a efectos de IVA existe una amplísima casuística que depende de multitud de factores.

Para terminar esta introducción, hay que decir que la normativa aplicable al IVA está armonizada a nivel europeo a través de la directiva 2006/112/CE del consejo. Así, aunque en este artículo las referencias normativas se hacen a la Ley Foral 19/1992 de la Hacienda Foral de Navarra, es plenamente aplicable a nivel Estatal.

En este artículo pretendemos despejar las dudas más comunes con las que se puede encontrar un artista a la hora de distribuir su obra. Así, **lo primero que habrá que determinar es si la operación está exenta o no de IVA.**

Si se determina que no está exenta de IVA, habrá que ver qué tipo impositivo es aplicable, es decir si hay que incluir en la factura el tipo impositivo general del 21%, el reducido del 10% o el super reducido del 4%.

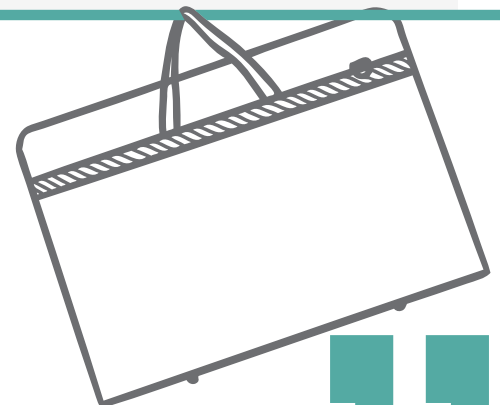


EXENTOS DE IVA

Por regla general, la normativa del IVA entiende que están **EXENTOS DE IVA**, los **servicios profesionales** prestados por artistas plásticos, escritores, colaboradores literarios, gráficos y fotográficos **de periódicos y revistas**, compositores musicales, autores de obras teatrales y de argumento, adaptación, guion y diálogos de las obras audiovisuales, traductores y adaptadores. Esta exención será aplicable incluso si la contraprestación por los citados servicios se percibe en concepto de derechos de autor. (Apartado 23 del artículo 17 de la Ley Foral del IVA).

Así, no repercutirán IVA en sus facturas, aquellos que presten servicios como colaborador periodístico y fotógrafo de periódicos y revistas tanto de medios impresos como digitales. El mismo tratamiento tendrá el ilustrador o artista plástico, persona física, el caso de servicios consistentes en la creación de ilustraciones para libros y revistas.

También estarán exentos los **servicios profesionales de creación de textos literarios**, incluidos aquellos cuya contraprestación consista en derechos de autor efectuados como escritor de libros.





NO EXENTOS DE IVA

Por el contrario, los **servicios prestados a editores** de libros, de música, a agencias de prensa, e emisoras de televisión y, **en general a cualesquiera otras personas o entidades distintas de los editores de periódicos y revistas**, estarán **SUJETOS Y NO EXENTOS DEL IVA**.

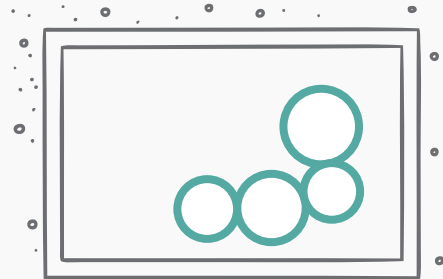
Será de aplicación el tipo impositivo del **10%** a la venta de cuadros, así como esculturas, litografías, ilustraciones y fotografías por encargo o no, realizadas por el autor persona física y que tenga la calificación de **OBJETO DE ARTE**.

Así lo importante es saber si estas obras que se van a distribuir **tienen la calificación de obra u objetos de arte**. Así debemos decir que se entenderá obra de arte, entre otras:

Las **esculturas originales y estatuas** de cualquier materia, siempre que hayan sido **realizadas totalmente por el artista**; vaciados de esculturas, de tirada limitada a **ocho** ejemplares y **controlada por el artista** o sus derechohabientes.

Los **grabados, estampas y litografías originales** de tiradas limitadas a **200** ejemplares, en blanco y negro o en color, que procedan directamente de una o varias planchas **totalmente ejecutadas a mano por el artista**, cualquiera que sea la técnica o la materia empleada, a excepción de los medios mecánicos o fotomecánicos.

Las **fotografías** tomadas por el artista y **reveladas e impresas por el autor** o bajo control, firmadas y numeradas con un límite de treinta ejemplares en total, sean cuales fueren los formatos y soportes.



Los **cuadros, "collages"** y cuadros de pequeño tamaño similares, pinturas y dibujos, realizados **totalmente a mano por el artista**, con excepción de los planos de arquitectura e ingeniería y demás dibujos industriales, comerciales, topográficos o similares, de los artículos manufacturados decorados a mano, de los lienzos pintados para decorados de teatro, fondos de estudio o usos análogos.

Aquellas obras que **NO TENGAN LA CALIFICACIÓN DE OBRAS DE ARTE**, tributarán por el tipo general del **21%**. Así, a modo de ejemplo, el suministro de imágenes fotográficas o ilustraciones a través de plataformas web a la que puedan acceder los clientes y no reúnen los requisitos anteriormente indicados, así como el suministro de música o películas tendrán la consideración de una prestación de servicios prestada por vía electrónica y quedará sujeta al tipo impositivo del 21%. Para finalizar, indicar que tributarán al tipo **super reducido del 4%** la **entrega de libros, periódicos y revistas** que no contengan única o fundamentalmente publici-

dad, así como los elementos complementarios que se entreguen conjuntamente con estos bienes mediante precio único.

Como sabes nuestro despacho **ABR Estudio Jurídico** es colaborador con la Asociación Intangia por lo que si tienes cualquier duda nos puedes llamar o mandarnos un correo.

■ **Ana Oteiza Ariztia**
Abogada/Asesor Fiscal
aoteiza@abrestudiojuridico.com
948 20 35 37



NOVEDADES LEGISLATIVAS EN TORNO A LOS INTANGIBLES

LOS NUEVOS TIPOS DE MARCAS COMERCIALES Y LAS POSIBILIDADES DE REGISTRO



Seguimos desgranando nuevas normativas que han entrado en vigor en el último trimestre del año 2018 y que nos afectan en la gestión de los intangibles.

En relación a las **marcas comerciales**, destacamos dos novedades que entran en vigor con la publicación del Real Decreto-Ley 23/2018, de 21 de diciembre:-

01

La primera novedad: Posibilidad de registrar nuevos formatos de tipos de marcas:

A partir del 14 de enero de 2019, se podrán registrar como marcas (añadimos algunos ejemplos que han sido obtenidos de fuentes accesibles al público, en concreto, Boletines oficiales de la EUIPO, con imágenes que se insertan exclusivamente a título formativo e ilustrativo, los derechos están reservados a sus correspondientes titulares, que son nombrados en el artículo):

MARCAS DENOMINATIVAS: marcas que se forman de forma exclusiva de palabras o letras, números o caracteres tipográficos estándar, o una combinación de ellos; un ejemplo es la marca nº 002984111, Cerveza Coronita, titular CERVECERIA MODELO DE MEXICO.

👉 fuente: EUIPO, <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/002984111>



MARCAS FIGURATIVAS: marcas que se forman de estos caracteres junto a elementos gráficos o colores, es decir, pueden contener exclusivamente elementos gráficos o bien ser una combinación de denominación y elementos gráficos o serigrafía determinada con o sin color.

Ejemplo: marca europea nº 009556978, titular Escuela Superior de Diseño y Moda de Barcelona,

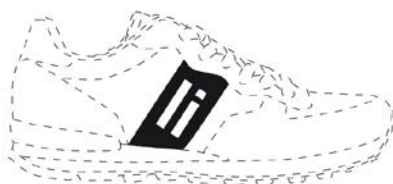
👉 fuente: EUIPO, <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/009556978>



MARCA TRIDIMENSIONAL: marcas que se basan en recipientes, embalajes u otras formas tridimensionales, sobre el mismo producto o sobre su apariencia (se pueden presentar hasta 6 imágenes o dibujos sobre la marca);

Ejemplo: MARCA EUROPEA Nº 001231737, titular PERRIER;

👉 fuente: EUIPO, <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/001231737>



MARCA DE POSICIÓN: **Novedad-** marca basada en la manera concreta en la que la marca está colocada o posicionada en un producto, su tamaño y posición son los elementos primordiales en este tipo de marca.


Ejemplo: marca europea nº 014258883, titular D.FEsquitino, Elche.

👉 fuente: EUIPO. <https://www.tmdn.org/tmview/welcome.html?lang=es>

MARCA DE PATRÓN: **Novedad**- la marca consiste en una serie de elementos que se repiten periódicamente.

Ejemplo: a marca consiste en una repetición en serie de la letra "P" en mayúsculas de imprenta y en un patrón en forma de panal compuesto de células hexagonales.


Nº WO1006816, TITULAR POLLINI, (fuente: EUIPO,

 <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/W01006816>)



MARCA DE COLOR: marca compuesta de un solo color o de una combinación de colores, en este caso, será imprescindible la indicación del código de color (número de pantone, cuatricomía, etc); ejemplo : marca europea nº 005978283,


La marcas se compone de los colores amarillo (pantone 116C) y rojo (200C), titular DEUTSCHE POST, fuente:

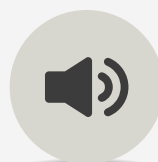
 EUIPO, <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/005978283>)



MARCA SONORA: marca compuesta por un sonido o archivo de sonidos, para lo cual deberá presentarse un archivo de audio;


Ejemplo: marca sonora nº 017916805, titular NETFLIX, fuente: EUIPO, PINCHAR EN ENLACE PARA ESCUCHAR EL

 AUDIO <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017916805>



MARCA DE MOVIMIENTO: **Novedad**- marca compuesta de un movimiento o cambios en la posición de los elementos denominativos o gráficos que forman la marca, para lo cual será necesario aportar un vídeo o una serie de imágenes numeradas para demostrar ese cambio de posición


Ejemplo Número marca 17586521, titular: TELIA

 COMPANY (fuente: EUIPO, <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017586521>)

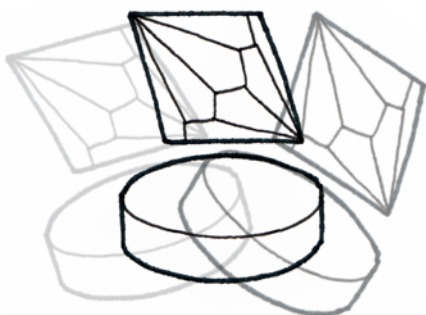


MARCA MULTIMEDIA:**Novedad**- marca formada por una combinación de imagen y sonido (se presentará un video que lo reproduzca);

Ejemplo: marca europea nº 017635293, titular: UOC UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA, fuente: EUIPO, PINCHAR EN ENLACE PARA VER VIDEO MARCA,

 <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017635293>





MARCA HOLOGRAMA: **Novedad**- marca formada por elementos holográficos, deberá presentarse un video o una serie de imágenes o fotos que los reproduzcan.

Ejemplo: holograma integrado por el texto "PLANTE SYSTEM FRANCE" y cuatro círculos, en relieve plateado sobre papel holográfico violeta con reflejos en horizontal. (marca europea Nº 012383171, titular Arkopharma, fuente: EUIPO

<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/012383171>)



Abre además la posibilidad al registro de **marcas que no se puedan clasificar en ninguna de las clasificaciones anteriores**, siempre que se pueda describir de forma clara, precisa y permanente en qué elemento consiste la marca. A qué se refieren con otros tipos de marcas? Por ejemplo, a las **marcas olfativas**

(aún no se han dado ejemplos de registros en ámbito europeo, tenemos algún ejemplo solicitado en EEUU: marca nº 2560618 EEUU, "aroma de la goma de mascar") o gustativas, los títulos de libros o de películas.

02

La **segunda novedad** está relacionada con el concepto de "uso" real de las marcas, regulando por un lado, la posibilidad de **reivindicar el uso de cada marca**, y por otro lado, **la caducidad o nulidad de la marca por falta de uso**; en el primero de los casos, una marca que no es distintiva por sí misma, pero que sí que por el uso en el mercado ha adquirido ese carácter distintivo, se podría reivindicar como marca registrada; esta reivindicación debe solicitarse en el proceso de registro de la marca, pero lo más importante es probar que esa marca se está usando en el mercado y el público la percibe como una marca de producto o servicio; finalmente las oficinas públicas deciden mediante resolución sobre dicha reivindicación.

En relación a la caducidad o nulidad de la marca por falta de uso, novedad que comenzará a aplicarse en el año 2023, deberá tenerse presente que la falta de uso durante los 5 primeros años de la marca va a impedir que el titular de dicha marca registrada pueda hacer valer una oposición a una marca solicitada, si en la contestación al suspenso motivado por dicha oposición, exige que el titular acredite el uso durante ese tiempo de la marca. La falta de uso no solo implicará que la oposición no se haga efectiva sino que se decrete la caducidad de la marca no usada durante los primeros 5 años.



LA ESTRATEGIA EUROPEA DEL MERCADO ÚNICO DIGITAL.

¿EN QUÉ AFECTA AL SECTOR CREATIVO?

Uno de los temas más tratados en esta sección sobre intangibles y experiencias internacionales es el del **comercio electrónico y la protección de los consumidores y usuarios**, apartados que son esenciales y que las empresas creativas y profesionales artistas deben conocer y aplicar, sobre todo si utilizan internet como medio de venta de sus productos culturales.

En el último año, la Comisión Europea ha seguido trabajando **para implantar el Mercado Único Digital**, una de las estrategias europeas para que empresas y ciudadanos puedan aprovechar al máximo la nueva era digital, y que tiene ya aplicaciones en sectores como la cultura, la empresa y la industria, la ciudadanía y su acceso a las telecomunicaciones.

Para acelerar los sistemas de comercio electrónico, se están adoptando las medidas siguientes:

- La Directiva de Servicios de Pago revisada y las nuevas normas sobre los servicios de entrega de paquetes transfronterizos que ya están en vigor.
- Nuevas reglas para detener el geobloqueo injustificado que está en vigor desde el 3 de diciembre de 2018.
- Normas revisadas de protección al consumidor que entrarán en vigor en 2020.
- Nuevas reglas de IVA para las ventas en línea de bienes y servicios que entrarán en vigor en 2021

 [Los datos: Fuente: <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/digital-single-market/>]

La UE en la nueva era digital

- la tecnología ya podría **automatizar el 45 % de las tareas** que las personas realizan en el trabajo cada día
- el 65 % de los niños que ahora empiezan a ir a la escuela realizarán en el futuro **tipos de trabajo totalmente nuevos**
- tan solo el **7 % de las pequeñas y medianas empresas vende en línea en otro país de la UE**
- suprimir los obstáculos de localización de datos supondría un **aumento anual de 8 000 millones de euros para el PIB de la UE]**



La primera de las actuaciones que se están aplicando está concentrada en la libertad y la seguridad para que las empresas puedan vender y los ciudadanos puedan comprar en línea, más allá de las fronteras de la UE. Ya se han conseguido implantar medidas importantes, como la **reforma de la Directiva sobre derechos de autor en el ámbito digital** (que ya ha sido objeto de análisis en anteriores publicaciones, y seguro que lo seguirá siendo una vez haya entrado en vigor en nuestro país), las **normativas sobre protección de datos** (de la que hablamos en la Revista We 26 de 2018), los servicios de paquetería transfronterizos o la portabilidad de los servicios digitales

En el último trimestre de 2018, se ha trabajado sobre dos apartados esenciales: el primero, la propuesta de Directiva sobre **acceso transfronterizo de contenidos en línea** (que afecta sobre todo a **programas de televisión y radio**), para crear un marco moderno para los derechos de autor en la UE que permita un mayor acceso transfronterizo de los contenidos en línea, simplificando las licencias para transmisiones en línea.

Se han acordado nuevas normas de la UE para los medios audiovisuales, se adaptan las normas existentes a la era digital, se promueven las obras europeas y se preserva la diversidad cultural.

El segundo paquete de medidas va dirigido al **bloqueo geográfico**, que está generando que los clientes online no puedan acceder a productos y servicios que se ofrecen en una página web alojada en otro Estado de la UE. El geobloqueo impide utilizar Internet en un Estado miembro de la UE y comprar en un sitio web alojado en ese otro Estado. Esto crea un gran problema para los consumidores: hasta el 63% de los sitios web impiden que los compradores de un país diferente puedan adquirir productos a través de comercio electrónico.

Para romper las barreras en línea que impiden que las personas disfruten de un acceso total a todos los bienes y servicios ofrecidos por las empresas en la red internet, el pasado 3 de diciembre de 2018 entró en vigor el **Reglamento Europeo contra bloqueo geográfico injustificado (Reglamento 2018/302)**. Los vendedores en línea no podrán bloquear o impedir que sus productos o servicios los compren consumidores de todo el territorio UE. Por su parte, los consumidores y usuarios de productos culturales que adquieren entradas para festivales de música, exposiciones, museos, o que compran productos tecnológicos, no podrán ser bloqueados si residen en otro país de la UE diferente de aquel en el que se encuentra la empresa que vende este tipo de productos.

Contra el *geoblocking*: los vendedores en línea deben tratar a todos los consumidores de la UE por igual, independientemente de dónde elijan comprar. Esto nos obliga a adaptar los formularios online o tiendas online en las que cualquier usuario de la UE pueda introducir sus datos y recibir un producto.

Por el momento, no se incluyen en esta reglamentación a algunos **productos protegidos por derechos de autor**, como **libros electrónicos, música descargable o videojuegos en línea** así como los servicios audiovisuales, pero en un plazo de 2 años la Comisión Europea pretende extender las medidas de geobloqueo a este tipo de productos, adaptando las normas sobre derechos de propiedad intelectual para cumplir con esta medida.



19 OCTUBRE: 2ª JORNADAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL EN FEMENINO. CONCLUSIONES.

Artículo redactado por la participante en la jornada
Conchi Cagide Torres.

En este último trimestre de 2018 convocamos a las profesionales asociadas de Intangia a un segundo encuentro femenino, con la finalidad de dar continuidad a las reuniones entre las artistas y las profesionales del sector cultural y de la disciplina legal sobre intangibles.

Los **objetivos** de estos encuentros son:

- Intercambiar opiniones, experiencias, conocimientos e ideas entre las participantes.
- Hacernos conscientes de las distintas realidades que vivimos, como también de la evolución y de las posibles herramientas y soluciones ante situaciones diversas.
- Generar un tejido colaborativo multidisciplinar.

En esta ocasión, participaron las siguientes profesionales:

- Ana García Caraballos, *música saxofonista,*
- Elisa Asín, *actriz y directora escénica,*
- Mercedes Lezaun, *mediadora y pedagoga,*
- Idoia San Matías, *abogada especialista en propiedad intelectual,*
- María Tarazona, *fotógrafa,*
- Paqui Fernández, *directora de la academia de baile LeBaI,*
- Susana Labiano, *directora gerente de Amedna asociación de mujeres empresarias y directivas de Navarra,*
- Oskia Ugarte, *directora del Centro Huarte de arte contemporáneo,*
- M^a Eugenia Sádaba, *empresaria, y*
- Conchi Cagide, *abogada y directora del departamento jurídico de Intangia.*



A modo de introducción expusimos los resultados del primer encuentro celebrado en el mes de abril, que están además publicados en la Revista28/2018, de Intangia.

<http://intangia.es/images/documentos/revistawe28.pdf>

Un breve análisis de las estadísticas oficiales y de las conclusiones obtenidas en el primer encuentro nos expone la siguiente realidad:

El consumo de la cultura se realiza **mayoritariamente por nosotras**, las mujeres. Así también somos las principales figuras en todos los ámbitos de las prácticas artísticas excepto en el sector del videojuego, en el que el índice de consumo masculino es sensiblemente superior. Sin embargo, en el análisis de la presencia femenina en puestos de dirección, en la gestión cultural o en roles profesionales o artísticos la estadística muestra una baja representación femenina. Algunos sectores artísticos sorprenden, como el ámbito musical, el audiovisual o el fotográfico, en el que la representación femenina no llega al 20%. Algo más elevada aunque falta mucho para que sea paritaria, es el sector de la publicidad, el diseño gráfico o el de artes plásticas. Sin embargo, 6 de cada 10 estudiantes de las escuelas de Bellas Artes son mujeres.

En sectores empresariales relacionados con la innovación, la cifra del 30% de investigadoras o empresarias que han solicitado patentes, con un aumento progresivo en los últimos años, destaca como dato más positivo, en el ámbito universitario o de investigación esa cifra roza el 45%, según datos del CICS.

Una vez recordamos los datos e informes, centramos este segundo encuentro en hablar de ellas y hablar de nosotras.



HABLAR DE ELLAS de algunas artistas y profesionales con una historia que destacar. Centrándonos en el ámbito del patrimonio cultural inmaterial, citamos los **museos que están dedicados a artistas mujeres** de forma exclusiva: CASA MUSEO EMILIA PARDO BAZÁN, CASA MUSEO ROSALÍA DE CASTRO, CENTRO EUROPEO DE LAS MUJERES MARIANA DE PINEDA, Y MUSEO ETNOLÓGICO DE LA MUJER GITANA DE GRANADA;

o el **proyecto ELLAS CREAM**- Ellas Crean nació en 2010. Un festival para disfrutar, para descubrir el talento de las mujeres. En definitiva, para reivindicar más mujeres, más cultura y más igualdad. En la edición de este año 2018, se ha firmado la DECLARACIÓN DE MADRID, un manifiesto donde se denuncia el incumplimiento sistemático de la Ley de igualdad del año 2007.

En el año 1997 la UNESCO creó un programa para estudiar el papel de **la mujer en la conservación del patrimonio cultural inmaterial**. En el listado que elabora esta organización internacional sobre patrimonio, y que se hace para salvaguardar y proteger las actividades, fiestas usos y costumbres, aparecen varias que se han transmitido entre generaciones de mujeres. Tratamos algunos ejemplos: los encajes LEFKARA – CHIPRE, Las alfareras de SEJANANE-TUNEZ; La decoración mural tradicional de las mujeres de Asir (Arabia Saudita), O la artesanía de barro de Estremoz, Portugal, los “bonecos” de Estremoz.

A pesar de que hay elementos de patrimonio inmaterial a nivel mundial creados y difundidos por las mujeres, en realidad, tal y como nos recuerda el informe de UNESCO, son espacios donde han actuado las mujeres porque los hombres las han dejado, y esto se debe a que también el patrimonio cultural inmaterial cambia y evoluciona, por el paso del tiempo, por los cambios sociales y tecnológicos. Dicha evolución ha permitido que prácticas, oficios y expresiones culturales hayan abierto sus puertas a las mujeres, en muchas ocasiones de forma conflictiva.

HABLAR DE NOSOTRAS Una reflexión que se analizó y se puso en común es la necesidad y la conveniencia de hablar públicamente de nuestros logros profesionales. Estamos acostumbradas a trabajar y a conseguir objetivos, pero no a contarlos o a destacarlos. Puede ser por vergüenza, porque no lo consideramos necesario o simplemente porque no tenemos costumbre. Quizá sea un poso más de esa cultura del “pudor femenino”. **Darle un mayor valor a nuestros esfuerzos y logros profesionales** individuales (o en equipo) puede ser el inicio de una mayor visibilidad del colectivo en general.

Este artículo es un ejemplo pero todas y cada una de mis compañeras de reunión han aportado su granito de arena, hablando de ello en reuniones con su equipo de trabajo, en el entorno familiar y social o en su propia actividad profesional. Por lo que en el apartado de tener más visibilidad, cada una, aportando lo que puede, contribuye día a día a conseguirla. Como dice mi compañera Idoia Sanmatías, hay que salir de la queja construyendo.

También hablamos de valores y prejuicios. De lo que escuchamos de pequeñas que puede influir ya de adultas en nuestra posición en el mundo profesional (y sin duda, personal y social). Los valores nos posicionan y a veces nos estancan. Aquí la lucha debe ser más intensa y necesita aunar las fuerzas como agrupación, mejorando la educación en niños y niñas y ojalá también la educación de los adultos, para que la brecha de género deje de ser un problema y podamos estar tratando este tema de forma positiva, solo del lugar de la mujer en todos los niveles económicos y sociales. También hablar de ellas, de las que rompieron moldes y quebraron tradiciones, de cómo lo hicieron, ayuda y mucho. Destaco la postura de Idoia en este aspecto: ¿Para qué? Para cambiar la educación que hemos recibido donde nunca se nos habló de mujeres principales, para tomar ejemplo, para cambiar el mensaje, para abrir la mente.

Y el dinero, no olvidemos que somos profesionales, realizamos una actividad económica que debe generar una retribución justa y acorde al esfuerzo, implicación e inversión, alimentarnos, alimentar a los nuestros, sostenernos en una sociedad competitiva, conseguir objetivos genera también un desarrollo económico del que no debemos avergonzarnos, o culpabilizarnos. Normalizar la posición de la mujer empresaria o directiva en todos los aspectos, de forma que se analice el cargo y no el género que lo sostiene, sigue siendo una asignatura pendiente que debe empezar a solucionarse desde nosotras mismas.

“Quiero darle continuidad al proyecto de la propiedad intelectual en femenino y que de forma permanente, al menos una vez al año, podamos reunirnos y seguir aprendiendo.”

Desde un punto de vista más personal, lo más destacable para mí es el ambiente de sano aprendizaje y de compañerismo que he vivido en los dos encuentros realizados hasta ahora. He disfrutado escuchando y siendo escuchada, he sentido vuestra cercanía y me he deleitado con sensación de que no somos tan diferentes unas de otras, me he reído mucho, y me ha encantado conocer un poco más de todas vosotras, por las que siento respeto y admiración. Quiero conocer más de vosotras y de otras que se puedan sumar a los encuentros, ya que en cada una, me ha visto reflejada y he aprendido, sigo aprendiendo día a día. Vuestra presencia me hace más fuerte, me da la energía necesaria para conseguir que la sociedad sea más justa, sea mejor.

No quiero que este proyecto de la propiedad intelectual en femenino termine, quiero darle continuidad y que de forma permanente, al menos una vez al año, podamos reunirnos y seguir aprendiendo.

Idoia San Matías me recuerda aquí algunos de estos resultados: escuchando a unas y a otras der repente nuestra cabeza hace: ¡CLICK! Y nos damos cuenta de que también hemos vivido esa situación, o que estando en esa situación hemos actuado de esta manera y funcionó, o que pensamos que mediante esta u otra acción podemos cambiar en parte las cosas:

“Uno de esos ¡Click! Nos ocurrió en un juicio. En la primera de las reuniones las abogadas de Intangia nos comprometimos a utilizar un lenguaje inclusivo tanto de forma escrita como oral, utilizando como bandera un concepto rompedor: **los derechos de autoría, en lugar de derechos de autor**. Pues en pleno juicio, en el momento de las testificales, Idoia utilizó este concepto, con mucho gusto además sabiendo que la parte contraria era el ejemplo perfecto de hombre, directivo, poderoso, condescendiente con la mujer. Tal y como era de esperar su respuesta fue una risita sarcástica de la que se leía “ya está la típica”. Pues bien, una respuesta contundente y segura hace que esa risita no sólo se apague sino que además se deje en evidencia”.

Y quiero que el resto de las personas y la ciudadanía nos conozca, por eso hemos previsto para dentro de muy poco otra sesión. Esta vez mediante un evento más público en formato de mesa redonda a la que invitaremos a nuevas artistas, a representantes del sector público y a toda aquella mujer, asociada o no, que quiera contar algo o unir fuerzas. ¡Os mantendremos informadas!

ACTIVIDAD

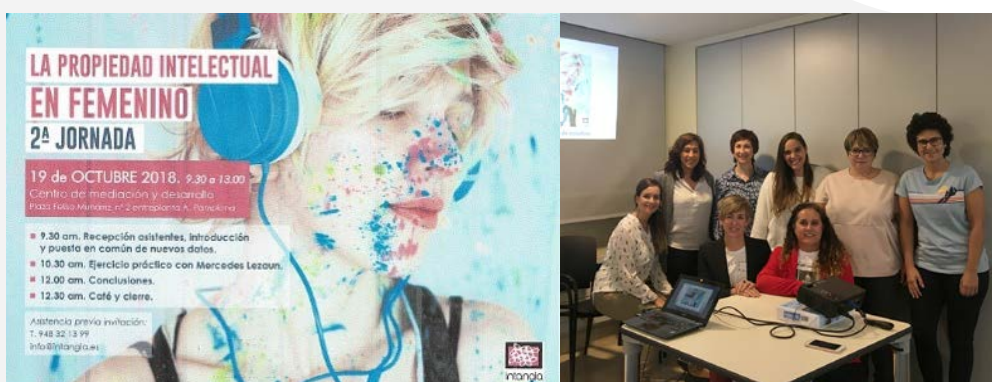
intangia

ACTIVIDADES DESTACABLES:

En este cuarto trimestre del año 2018 hemos realizado las siguientes actividades:

Desde octubre de 2018 Intangia forma parte como socia de **CLAVNA Cluster del Audiovisual de Navarra**, con la finalidad de proporcionar al resto de socios del Cluster navarro información, cursos y estrategias para la adecuada gestión de los intangibles en sus proyectos audiovisuales.

El **19 octubre** se organizó el **2º ENCUENTRO SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN FEMENINO**, en la sede del Centro de Mediación y desarrollo de Pamplona.



El **25 de octubre** el departamento jurídico de Intangia **asistimos al BIME** en Bilbo, a la jornada legal que se organizó en torno a la gestión de los derechos de autor.

Los días **22 y 23 de noviembre** asistimos a **948 MERKATUA**, especialmente destacamos los laboratorios sobre propiedad intelectual organizados por uno de nuestros asociados, Sergio García, en los que participó también nuestra asociada Ainar LeGardon.

1ª FASE DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

A finales del mes de noviembre se presentó al Instituto de Patrimonio Cultural Inmaterial del Ministerio de Cultura la **1ª fase de investigación del trabajo : PARTICIPACION DE LAS MUJERES EN EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL: SITUACION ACTUAL, EXPERIENCIAS Y PERSPECTIVAS DE FUTURO**, que ha ejecutado Conchi Cagide con las investigadoras Mª Angeles Querol y Sara González Cambeiro.

En esta fase teórica se ha hecho una extensa introducción sobre la posición de la mujer en el Patrimonio Cultural Inmaterial, la legislación sobre la materia y el listado de ejemplos de PCI.

ACTIVIDAD

intangia

2ª FASE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

La 2ª fase del proyecto de investigación encargado por el Instituto de Patrimonio Cultural Inmaterial ya está en marcha. En esta fase, las 3 investigadoras del proyecto realizarán una investigación de campo, de varios ejemplos de PCI y de la posición de las mujeres en cada uno de ellos así como de las posibles soluciones legales y de mediación aplicables a este tipo de situaciones

El próximo 30 de marzo está prevista la presentación de esta 2ª fase del trabajo de investigación.

OFICINA DE ASESORAMIENTO abierta al público en el CACH Centro Huarte de arte contemporáneo:

Este nuevo año 2019 los horarios de presencia en la oficina de asesoramiento gratuito, en horario de 5 a 8 de la tarde, son:

Jueves 24 enero

Jueves 21 febrero

Jueves 11 de abril

Jueves 23 de mayo

Jueves 13 de junio.

El resto de jueves de enero a junio, se podrá acceder al servicio de asesoría gratuito mediante videoconferencia. Más información en el 948321399.

PRÓXIMAS ACTIVIDADES

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Próximamente está prevista la celebración de la **3ª jornada La propiedad intelectual en femenino**, una nueva reunión de mujeres artistas y representantes de instituciones, en formato de mesa redonda, con el fin de seguir compartiendo experiencias, situaciones y necesidades en torno a la propiedad intelectual.

10º ANIVERSARIO ASOCIACIÓN INTANGIA:

Ya **puedes apuntarte** a la celebración del **10º aniversario de nuestra asociación**. Será el jueves 25 de abril, a partir de las 8 de la tarde, en el restaurante El Búho de Pamplona-dirección. El coste por persona es de 25 euros y puedes venir con acompañante. Inscríbete ya!! No pierdas tu **reserva** a este evento.

INFORMACIÓN DE INTERÉS

★ *ESPECIALMENTE RECOMENDADO PARA ARTISTAS E INTÉRPRETES* ★

Taller de
TÉCNICA ALEXANDER
 con **Richard Brennan**

11 Y 12 de Marzo de 2019, de 9.30h a 14h y de 9.30h a 13h

CASA DE CULTURA DE ZIZUR MAYOR



Mejora tu voz, postura y expresión
 Prevención de lesiones y dolores de espalda
 Uso más eficaz del cuerpo y la respiración
 Aumento de la autoestima y la espontaneidad.
 Encuentro de la calma y prevención del estrés.

Aumentará tu consciencia y encontrarás nuevas formas de moverte y de reducir la tensión en tu cuerpo.

RICHARD BRENNAN. Sus libros se han traducido a 19 idiomas. Es profesor de la Técnica Alexander desde hace 30 años con experiencia en la práctica privada así como dando seminarios y talleres en Estados Unidos y Europa. Ha aparecido en la TV de Reino Unido, Irlanda y Croacia así como en la radio local y distintos revistas y periódicos. Es el director de la 'Alexander Technique Teacher Training College in Ireland' en Galway, Irlanda, desde 1998 (www.alexander.ie)

Elisa Asín (asistencia). Profesora de Técnica Corporal del Conservatorio Superior de Música de Navarra. Actriz y directora de escena.

Precio general: 100€ **Precio reducido (empadronados en Zizur Mayor):** 75€

Información e inscripciones: elisa.energia@gmail.com

★ *ESPECIALMENTE RECOMENDADO PARA ARTISTAS E INTÉRPRETES* ★

WE INTANGIA N°31

■ ¿QUIERES PARTICIPAR?

En el caso en que deseéis participar en el contenido de esta revista, podeis poneros en contacto con Intangia en la siguiente dirección de correo electrónico: info@intangia.es

■ ¿QUIERES PUBLICITARTE?

Si deseas publicitarte en los apartados de esta revista, puedes ponerte en contacto llamando al teléfono 948 321399 o en la dirección de correo electrónico: info@intangia.es

Edición nº. 31 Revista Digital We Intangia.

© Intangia Asociación para la defensa de intangibles. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin previa autorización de sus autores y titulares.

En varios de los apartados de la revista se muestran textos, imágenes e ilustraciones realizados por los colaboradores de la entidad. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin permiso expreso de sus autores.

- © artículos revista. Conchi Cagide Torres
- © edición gráfica. Anuska Arbildi
- © ilustración de portada. Ángel M^a Remírez de Ganuza
- © ilustración apartado intangibles de Freepik.com

Revista We Intangia

ISSN N° 2530-0423

Asociación Intangia

C/ San Julián, 22 local

31171 Ororbia - Navarra (Spain)

Tf. + 34 948 321399

info@intangia.es



Nafarroako Gobernua
Gobierno de Navarra

Lan honek Nafarroako Gobernuaren dirulaguntza bat izan du, Kultura, Kirol eta Gazteria Departamentuak egiten duen Argitalpenetarako Laguntzen deialdiaren bidez emana.

Esta obra ha contado con una subvención del Gobierno de Navarra concedida a través de la convocatoria de Ayudas a la Edición del Departamento de Cultura, Deporte y Juventud

