



es decir, se registró una caída del 44 por ciento, según un informe de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas, A.C. (Amprofon).

En el país, las descargas de canciones adquieren un matiz especial, ya que no todos los hogares mexicanos tienen acceso a Internet, de ahí que la opción para muchos sea la piratería. Según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), dos millones 318 mil 243 hogares mexicanos tienen Internet, nueve por ciento del total, en contraste con países como Dinamarca con 64.2 por ciento, en tanto que en Holanda, Reino Unido, Canadá, Alemania y Estados Unidos están arriba del 50 por ciento.

En la encuesta sobre disponibilidad y uso de tecnología de información en los hogares, efectuada en 2005, el INEGI admitió que la prin-

cipal limitante para conectarse a la red mundial es la falta de recursos económicos, seguida por aquellos que no tienen interés en contar con la misma.

En este escenario, las pérdidas por causa de la piratería en México aumentaron 16.8 por ciento en 2007 con respecto al año anterior, de acuerdo con las cifras de la Alianza Internacional para la Propiedad Intelectual (IIPA, por sus siglas en inglés).

México ocupa el -nada halagador- cuarto lugar después de China, Rusia e Italia, debido a sus cifras en la venta de piratería no sólo de música, sino también de software, (incluyendo el de entretenimiento), películas y libros. En el reporte especial 301 de mismo organismo, dice además que en 2007 México sufrió pérdidas por efecto de la piratería por mil 266 millones de dólares.

UNA INDUSTRIA EN CRISIS

De acuerdo al estudio de Amprofon, la poca venta de discos que se registró en el primer trimestre de 2007 en México representó una caída del 27 por ciento respecto a los primeros seis meses de 2006. Esta disminución en la venta de discos ha sido la más dramática de los últimos siete años. Ante este desplome, las casas disqueras han optado por recortar su personal. Por ejemplo: en México, Sony BMG despidió en enero de 2007 a 50 empleados de alto rango, y EMI Music, a nivel mundial, despidió al 25 por ciento de su planilla.

En ese mismo documento se expone que las compañías discográficas tuvieron que reducir un 75 por ciento los empleos directos y “desaparecieron los principales mayoristas, perdiéndose más de siete mil puntos de venta de música original,

