

TECNOLOGÍA: ENSAYO

Nuevo Cine en el contexto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y de los nuevos dispositivos tecnológicos

New Cinema in the Context of the Technologies of Information and Communication and the New Technological Devices

Edición Nº 15 – Noviembre de 2012

Artículo Recibido: Agosto 07 de 2012

Aprobado: Octubre 10 de 2012

AUTORES

Matías Zitello

Licenciado y Profesor en Sociología, Universidad de Buenos Aires - UBA, Argentina. Docente de la cátedra “Niklas Luhmann y la sociología de la modernidad”, Facultad de Ciencias Sociales (UBA), titular de la materia Sociología en la carrera de Filosofía y adjunto de la materia Fundamentos de Sociología en la carrera de Psicología en la Universidad de Ciencias Empresariales (UCES). Buenos Aires, Argentina.

Correo electrónico: zitellomatias@gmail.com

Marcela Zena

Licenciada en Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires - UBA. Master en Diseño, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo (UP). Postgrado en Gestión Política en Cultura y Comunicación en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Actualmente desarrolla investigación en el campo de la comunicación y tecnologías digitales.

Buenos Aires, Argentina.

Correo electrónico: marcela.zena@gmail.com

Resumen

En este escrito describimos y analizamos los cambios generados en el Cine ante la presencia de las tecnologías de la información y el desarrollo de nuevos soportes tecnológicos en los últimos años. Tanto la aparición de Internet, que cambió la difusión de contenidos culturales, como las opciones de sitios como *Youtube* o *Vimeo*, que permitieron mayor difusión, dieron lugar a “*nuevas formas de hacer cine*”, y ello permitió reconfigurar el rol del autor como productor de una obra. Expondremos las producciones abiertas y sus formas de realización que se están llevando a cabo actualmente, haciendo

foco en la mirada de los realizadores, las experiencias actuales de promoción y financiamiento, como el registro de autoría de las mismas por fuera de los formatos convencionales.

Palabras Claves: Tecnología, Cine, Cultura Audiovisual, Creative Commons, Financiación Colectiva.

Abstract

This current paper analyzes and describes the transformations generated in films by the emergence of new Information and Communication Technologies (ICT) and new technological devices in recent years. With the advent of the Internet has changed the cultural content, that added to the choices of sites like Youtube or Vimeo allow wider dissemination, and this has given rise to “new forms of filmmaking”, allowing a reconfiguration of the author as producer of a work. We will present open productions and embodiments that are currently underway, focusing on the eyes of the filmmakers, the current experiences of promoting and financing, such as registration of authorship of them outside of conventional formats.

Keywords: Technology, Movies, Audiovisual Artistic, Creative Commons, Crowdfunding.

1. Introducción

En este trabajo analizaremos y describiremos los cambios generados en el Cine en los últimos años ante la presencia de las tecnologías de la información y el desarrollo de nuevos dispositivos tecnológicos, promoviendo modificaciones en las prácticas sociales. En esta contribución proponemos una descripción analítica de los cambios a partir de los siguientes aspectos: las transformaciones en los soportes tecnológicos (2); los cambios en la industria cinematográfica y su relación con los derechos de autor (3); la nueva circulación de las obras audiovisuales a partir de las *Creative Commons* (4); las nuevas prácticas culturales en relación al campo audiovisual (5); y finalmente un balance y conclusiones al respecto (6).

2. Las transformaciones en los soportes tecnológicos en lo audiovisual

Durante la primera mitad del siglo XX, la tecnología audiovisual se desarrolló en torno al Cine.¹ Esto permitió la primera narración con sonidos e imágenes con movimiento, mediante la proyección lumínica, y un rol protagónico en la industria cultural. Como menciona Buck-Morss (2005:69) “la industrialización de la percepción era también evidente en la fragmentación del espacio. La experiencia de la línea de montaje y de la multitud urbana era una experiencia de bombardeo de imágenes desconectadas y estímulos similares al shock”. Ya en la segunda mitad del siglo XX, vendrían dispositivos como el VHS;² y finalmente el formato DVD, con la particularidad de transportabilidad en términos de información y de reproducibilidad, al ser leído tanto por reproductores de DVD como de computadoras. Esta reproducibilidad exponencial estableció nuevas prácticas, permitiendo reproducir digitalmente cualquier tipo de dato, ilimitadas manipulaciones y la interoperabilidad de los sistemas de transmisión hasta la llegada de Internet y las nuevas tecnologías asociadas a la red, produciendo en conjunto un nuevo régimen de significación, que podría denominarse *virtual*. Son los modos de significación los que dan cuenta de la “experiencia” cuyo fundamento no podría ser sino perceptual y cognitivo, es decir, la configuración del *sensorium* en una sociedad donde la tecnología y la industrialización son las mediaciones de cualquier percepción posible. Al respecto, Benjamin (1973:24) expresa que “dentro de grandes espacios históricos de tiempo se modifican, junto con toda la existencia de las colectividades humanas, el modo y manera de su percepción sensorial”. Por lo tanto, la empresa del investigador no puede ser otra que “poner de manifiesto las transformaciones sociales que hallaron expresión en esos cambios de sensibilidad” (Benjamin 1973:24).

3. Cambios en la industria cinematográfica y su relación con los derechos de autor

En el campo de la producción audiovisual existe el “Cine” que engloba a los grandes estudios de Hollywood, la industria del entretenimiento con sus propias herramientas de copia y distribución en los circuitos comerciales conformado por los grandes estudios, las productoras, los distribuidores y exhibidores; y por otro el “cine independiente”, que remite a producciones de pequeñas productoras que compiten por insertarse en el circuito comercial. Ambas formas de cine, trabajan en el marco de lo que se conoce como los





derechos de autor (Copyright) y Propiedad Intelectual.³ Anualmente, teniendo en cuenta datos del periodo 1996-2004, la industria del cine produce 470 películas por año, según el informe de la *Motion Pictures Association of America* de 2005 (Brenet 2007). Con la aparición de Internet, se observaron dos fenómenos que vinieron a reconfigurar el espacio social del cine y la industria del entretenimiento. En primer lugar, un fenómeno asociado a las “nuevas formas de hacer cine” que se relaciona con el desarrollo y la capacidad técnica que permitieron las nuevas tecnologías (Cagide y Oiz 2006), como las formas alternativas que nacieron con ellas, generando en el espectro del derecho de propiedad la creación de obras enmarcadas en la propuesta de la *Cultura Libre* (Lessig 2004).⁴ Tal es así, que se desarrollaron nuevos recursos legales para afrontar lo establecido, a través de la creación y puesta en práctica del *Copyleft* y de las licencias *Creative Commons*, donde se aspira a una obra diferente a las concebidas hasta el momento.

4. La nueva circulación de las obras audiovisuales a partir de las CC

Haciendo una breve mención, desde sus inicios, las soluciones propuestas por *Creative Commons* implicaron en todo momento el desarrollo de un sistema integrado de licencias jurídicas y tecnologías digitales orientado a los usuarios-finales; han creado un sistema voluntario y gratuito de licencias abiertas y tecnologías digitales para que tanto autores como usuarios pudieran utilizarlo en la gestión digital de derechos sobre las obras intelectuales. Sin embargo, no es un registro de obras intelectuales en línea, tampoco es un repositorio,⁵ ni brinda asesoramiento jurídico ni a los autores ni usuarios de las obras.

Desde la perspectiva de los autores de las obras, este sistema les permite la reserva selectiva de derechos de autor y derecho de copia sobre las obras intelectuales. Los autores pueden escoger estas condiciones, expresarlas jurídicamente y ejercer sus derechos en el momento de la comunicación pública de las obras intelectuales en los entornos digitales. Desde la perspectiva de los usuarios, el sistema de licencias abiertas y tecnologías digitales les permite conocer con precisión cuáles son las condiciones de uso que prefirió el creador de las obras. A través de ciertos logos, páginas web, hipervínculos y explicaciones de las licencias, el sistema les permite a los usuarios conocer de manera inmediata qué se puede y qué no se puede hacer con las obras, de esta manera, ejercen

directamente sus derechos.

Logos	Nombres	Explicaciones
	<i>Atribución</i>	<i>Las obras intelectuales deben ser atribuidas en la forma especificada por el autor o el licenciente.</i>
	<i>No Comercial</i>	<i>Las obras intelectuales deben utilizarse sin fines comerciales.</i>
	<i>Compartir Obras Derivadas Igual</i>	<i>Las obras intelectuales derivadas deben distribuirse bajo la misma e idéntica licencia.</i>
	<i>Sin Obras Derivadas</i>	<i>Las obras intelectuales no pueden alterarse, transformarse o derivarse.</i>

Por medio de estos íconos, nombres y explicaciones (Vercelli 2009:140), el sistema exhibe las informaciones sobre el licenciamiento que deben exponer tanto a los autores como los usuarios para compartir las obras intelectuales a nivel global. Las obras intelectuales comunes pueden estar sujetas a mayores o menores limitaciones en función de las condiciones o restricciones que los autores o titulares derivados hayan decidido al momento de compartir estas obras intelectuales con las comunidades. Para discernir los niveles de limitaciones, el carácter común se divide entre obras abiertas u obras libres. Las “obras intelectuales comunes abiertas” pueden tener limitaciones o restricciones comerciales o en función de la capacidad de generar obras derivadas sobre esa obra, tal es el caso de *Creative Commons*. Las “obras intelectuales comunes libres” son aquellas que, al momento de ser compartidas con las comunidades, sus autores o titulares derivados han decidido liberarlas, esto es, permitir que los usuarios puedan usar la obra intelectual con cualquier propósito o finalidad, que puedan estudiarla y adaptarla a sus necesidades, que puedan copiar las obras y distribuirlas, y puedan derivar la obra y publicar estas obras derivadas. Para que estas obras puedan ser consideradas de carácter común libre, los autores o titulares derivados deben establecer la condición de que las obras derivadas de la obra original continúen también bajo la misma licencia, es decir, que continúen teniendo el mismo carácter común de libre. Este es el caso de las obras intelectuales liberadas a través de licencias libres o Copyleft, como la “Licencia Publica General” de la *Free Software Foundation* y la licencia de “Atribución-Compartir Derivadas Igual” de *Creative Commons*.

El concepto de Copyleft⁶ es una interpretación legal del sistema de derecho de autor y derecho de copia que surgió de la cultura hacker, de la historia de Internet y de su

arquitectura política. Desde la década del 80, el concepto ha subvertido todo el entramado legal y ha significado positivamente la relación entre los autores y los usuarios de las obras intelectuales; ha intentado convertir a los usuarios-finales de estas obras en el centro de las regulaciones por los bienes intelectuales, los ha transformado en el centro del debate por la interpretación jurídica por los derechos de autor y por los derechos de copia sin olvidar a los autores y creadores. Se funda en habilitar un uso pleno de las obras, sin violar los derechos morales, transformándose en una expresión más intelectualizada y libre que puede tener en la actualidad una obra intelectual en relación a los bienes intelectuales comunes que expresan las obras; así esto representa la expresión de la intelectualización, comunicación y liberación de los bienes intelectuales.

5. Las nuevas prácticas culturales en relación al campo audiovisual

En relación al Cine, y teniendo presente la inclusión de las nuevas tecnologías, estos sistemas remiten a una nueva mentalidad llevada a la práctica, en términos de una circulación más libre en cuanto a su difusión, y de una autoría múltiple con efectos multiplicadores en obras futuras, incluso, preservando los derechos de quienes no estén convencidos al momento de finalizar la obra. En segundo lugar, un efecto ligado a las “nuevas prácticas culturales” asociadas al uso de Internet, es la de promover producciones audiovisuales para lograr una masiva difusión y acceder a audiencias disímiles y/o remotas de las obras. Esta nueva forma de compartir los contenidos que permite hoy Internet, va a ocupar un lugar destacado en la puja de poderes entre la industria del “cine” y la regulación de las tecnologías de Internet para usos sociales. Teniendo en cuenta la arquitectura de Internet, Manuel Castells (2007:177) señala que *“fue diseñada deliberadamente para hacer difícil su control, aunque no vigilancia del mensaje. Y por ello, Internet, aún sufriendo cada vez más interferencias a la libre comunicación, es el medio de comunicación local-global más libre que existe”*. En el 2011, la Asamblea General de las Naciones Unidas declarararía que *“el acceso a internet como un derecho humano”*⁷; de aquí la relevancia de Internet para Castells (2007:178) como *“un espacio social, cada vez más extendido y diversificado a partir de las tecnologías de acceso móvil a Internet”*. En palabras de Lawrence Lessig (2004:29), gestor de la *Cultura Libre* “la red no discrimina entre el intercambio de contenidos Copyright y sin él. Por lo

tanto, se ha compartido una inmensa cantidad de contenidos con Copyright”.

Este señalamiento de Internet, su falta de discriminación y las “nuevas prácticas culturales” asociadas a ver películas, se hacen presentes en dos modelos. El primer modelo, responde al formato de descargas o *download* de los contenidos audiovisuales principalmente usando las redes P2P como el buscador de torrents de The Pirate Bay y en algunos casos, realizando descargas directas⁸ como el caso de Megaupload.⁹ Mientras que el segundo modelo, remite al formato de *streaming* que permite ver el film sin descargarlo en la computadora, tal es el caso de sitios de la industria como Netflix y Hulu¹⁰ y aquellos independientes como Cuevana tv.¹¹ Tanto el formato de *download*, como el *streaming* resulta actualmente una práctica cultural de uso extendida. Si se trata de las descargas audiovisuales, en 2012 y tomando el caso de Europa “España permanece a la cabeza de los países de la Unión Europea, con un 49%”.¹²

En el caso de las nuevas prácticas culturales asociadas a la web, entendidas estas como nueva forma de compartir contenidos que permite Internet, serán vistas desde la industria del entretenimiento como un espacio a regular. Al respecto Nicholas Garnham (1997:38) expresa que “la economía política sostiene, sin duda, que ciertas organizaciones institucionales que implican prácticas culturales específicas acompañan, necesariamente, un modo de producción capitalista. Dos ejemplos de esto son las leyes de propiedad privada y las prácticas legales en cuyo marco se aplican. A su vez, estas prácticas legales necesitan ser sustentadas por formas de coerción legitimadas y definiciones de criminalidad”. Siendo una forma de coerción legitimada que opera desde el mismo desarrollo de la tecnología, generando un marco de regulación entre los usuarios.

Un ejemplo de regulación de contenidos es la aplicación “Content ID” de You Tube.¹³ Antes de su aparición, los usuarios básicamente subían los videos que realizaban o les gustaban sin considerar que violaban derechos de Copyright.¹⁴ En este contexto, se establece que cada vez más la tecnología juega un papel destacado, permitiendo un uso mixto de estas nuevas formas de compartir en la web. Por un lado, un marco para la subida de contenidos “legales”; y por otro, el aprovechamiento económico¹⁵ de esa *práctica de compartir contenidos* extendida por parte de los titulares de los derechos de

autor en dar *permiso* a la presencia de esos contenidos considerados “ilegales”. Teniendo en consideración el aspecto económico para un análisis cultural, Garnham (1997:38) manifiesta que “un grupo social restringido, con fines políticos o económicos, determina que sentidos circulan y cuáles no, qué relatos se pueden contar y sobre qué, a qué argumentos se les da más peso, y que recursos culturales se encuentran disponibles”. Se puede considerar que ello es así, ya que ha cristalizado en los medios de comunicación, la circulación de un discurso centrado en la ilegalidad y en la piratería asociado a la creciente criminalización del usuario en relación a las nuevas prácticas culturales, con un enfoque puesto en la regulación de los marcos para compartir contenidos en la web.

Pero a fuerza de que estas prácticas culturales asociadas a la web se instauran a partir del uso como una práctica cotidiana, se abren también espacios en esas mismas redes para fomentar el trabajo colaborativo. En el campo audiovisual durante el 2010, el portal de videos Vimeo fue el primero en permitir a los usuarios que puedan licenciar sus materiales bajo Creative Commons. Vimeo aboga más por un trabajo de colaboración creativo, señalando como regla de oro al usuario “*que no se pueden subir videos que no se han creado*”.¹⁶ En este contexto, la incorporación de las licencias CC en Vimeo son entendidas como “una oportunidad para construir sobre una obra que alguien más ha creado”, donde el usuario pueda con su propia contribución realizar una obra única. Por su parte, YouTube incorporaría la opción de licenciar en Creative Commons durante el 2011, restringido solo a la licencia CC-BY.

6. Conclusiones

La aparición de estas “*nuevas formas de hacer cine*”, enmarcadas bajo el uso de las licencias Creative Commons no está hablando ya no de copias, sino de la posibilidad de creación de nuevas producciones simbólicas y que no encuentren subordinadas su creatividad al factor económico como única finalidad. Si bien el rédito económico es la práctica naturalizada, todo indica que pensar de otro modo, sería juzgado como utópico o *naif*. Sin embargo, esto no implica dejar de pensarlo como posibilidad. Hay personas como Román Alcaide, quién es Director del BccN Barcelona CC Films Festival, que han expresado que no existe un modelo; sino distintas formas de acercarse a la producción

audiovisual en el formato de Creative Commons, donde “*se ha estado desarrollando, pero existe una pregunta constante: ¿de qué forma se monetiza todo esto? La respuesta hace un año era Crowdfunding*”.¹⁷ Este término, hace referencia a la posibilidad de una financiación colectiva a través del uso del canal de Internet, para que distintos internautas participen con aportes para apoyar un proyecto en particular. Sin embargo, el artista digital Julian Oliver¹⁸ enuncia que “*lo que conocemos como Crowdfunding ha sido empleado por artistas para obtener apoyo financiero desarrollando obras durante siglos, siendo la caridad y el mecenazgo las más notables. (...) Generalmente, la búsqueda por parte de los artistas de Crowdfunding implica su compromiso público para llevar a cabo una obra particular una vez que se alcance una cantidad concreta de dinero, normalmente en un período de tiempo. Si no se alcanza la cantidad fijada, se reembolsa todo el dinero*”. En este sentido, la adopción de licencias CC por parte de los realizadores será una respuesta válida cuando sea una práctica naturalizada para desarrollar obras en donde prevalezca la expresión artística sobre el rédito económico.

Podemos especular que quizás los autores que hayan realizado trabajos en la industria sean los que se interioricen con esta forma de realizar Cine CC, siendo estos quienes lleven estas “*nuevas formas de hacer cine*”, generando la apertura a proyectos de financiación colectiva, a través de sitios webs específicos de los filmes en cuestión, o desde plataformas digitales para la subvención. En la actualidad, a Kickstarter¹⁹ se han sumando otras redes sociales para la financiación colectiva de proyectos; entre los más destacados Goteo y Verkami.²⁰

A partir de estas experiencias, han surgido trabajos colaborativos para promover la difusión de las obras CC, como el BccN Barcelona CC Films Festival.²¹ Según Román Alcaide “*en 2010 presentamos las películas más importantes que se habían hecho hasta el momento. Todas esas películas habían empezado a probar nuevas cosas, la colaboración dentro de la web, y haber cedido parte de su difusión a su propia audiencia consiguiendo una difusión mucho mayor que muchas otras películas*”.²² Cabe destacar que estos esfuerzos y nuevos caminos para la creación de obras audiovisuales, según Castells (2007:177) “*no han surgido de la inversión de las grandes corporaciones o de las*

instrucciones de las burocracias, sino del impulso creador y generosidad personal de los innovadores”. A partir de la información recabada mediante entrevistas, en Argentina y Colombia a diferencia de España, los jóvenes realizadores no han centrado su atención aún en el uso de estas licencias, debido al desconocimiento de estas, y de presumir la condición de “libre” con la de gratuidad o incluso, de delito. Junto a esto, se produce la tendencia a subordinar la creatividad a la innovación: a economizar la amplitud y la profundidad de la idea. Comprender y apoyar el concepto de trabajo colaborativo, no significa solo decir “me gusta” en las redes sociales. Haciendo un paralelismo en cuanto a la participación política en la red, Charo Lacalle parafraseando a Boyh Danah (2012:93) establece que “en definitiva, tener millones de “amigos” no significa nada si los políticos no consiguen transformar las redes sociales en plataformas que permitan escuchar y validar las preocupaciones de los ciudadanos”. Retornando al trabajo colaborativo CC, en la actualidad se puede establecer que no se ha expandido la idea de asociarlo a la producción de bienes culturales a partir de Internet, entendiendo a esta nueva producción audiovisual, como una alternativa al sistema vigente. Esto vale desde el lado de la recepción, donde el espectador-consumidor es quien debe considerar, valorar y brindar significado a ese trabajo colaborativo, como un bien cultural en un nuevo espacio como Internet, y por fuera de las grandes corporaciones.

Cabe destacar el rol del espectador-consumidor dentro de este contexto, quien actualmente posee un control sobre los medios y consumos, de ahí que los anunciantes revean la manera de dirigirse unidireccionalmente. Siendo en la cultura del entretenimiento y en esta etapa digital, que se alumbren términos de nuevo cuño como *advertainment*, *branded entertainment* o *brand on demand*. En todos ellos, el denominador común será crear productos de comunicación para provocar una respuesta activa por parte del consumidor; es decir, que sea él mismo quien demande o solicite contenidos en los que la intencionalidad publicitaria no sea interpretada como una molestia o una interrupción, y donde el espacio no se vea saturado por mensajes de parecida naturaleza. Por lo tanto, si el espectador-consumidor elige qué consume en términos de información y ocio, y todavía no eligió contenidos asociados al formato de trabajo colaborativo. El contexto actual podría deberse: en primera medida, a la falta de

información en los canales de comunicación hegemónicos de difusión; información entendida en cuanto a la claridad, profundidad o desarrollo de contenidos asociados a estas “*nuevas formas de hacer cine*”. Y en segundo término, ligado al desconocimiento y confusión existente con respecto a estos tipos de producciones colaborativas; disuadiendo al consumidor el poder disfrutar, apreciar e implementar estas modalidades, quedando actualmente relegadas a ámbitos minoritarios y específicos, contando con una difusión marginal.

Referencias Bibliográficas

1. Buck-Morss, Susan. (2005) *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. 1° Ed. Buenos Aires. Argentina. Interzona Editora.
2. Benjamin, Walter. (1973) *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Discursos Interrumpidos I. Madrid. España. Taurus Ediciones.
3. Brenet, Pau (2007) *La piratería en el cine. La otra verdad incomoda*. Pau Brenet (15-08-2007).BoxOffice.es. España. Fuente: (Consultada el 22-04-12)
<http://www.economista.es/boxoffice/analysis/2007/la-pirateria-en-el-cine-la-otra-verdad-incomoda/>
4. Cagide, María Concepción y Oiz, Nerea Fillat. (2006) “05_Licencias libres y creación audiovisual”. AAVV, *Copyleft Manual de uso*, Traficantes de Sueños, Madrid. España. Fuente: (Consultada el 13-05-12)
http://www.traficantes.net/index.php/editorial/catalogo/otras/copyleft_manual_de_uso2
5. Lessig, Lawrence (2004) *Cultura Libre*. Free Culture, Estados Unidos. Fuente:(Consultada el 13-05-12)
<http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf>
6. Vercelli, Ariel. (2009). *Repensando los bienes intelectuales comunes*. Tesis de Doctorado Dr. Ariel Vercelli. Buenos Aires. Argentina. Fuente: (Consultada el 28-05-12)
<http://www.arielvecelli.org/>
7. Castells, Manuel. (2007) “Innovación, libertad y poder en la era de la información” en Moraes, Dênis de (Coord.), *Sociedad Mediatizada*, Gedisa, Barcelona. España.
8. Garnham, Nicholas. (1997) “Economía política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio?”. Revista Causas y Azares, Nº6, Págs. 32-46. Buenos Aires. Argentina.
9. Lacalle, Charo. (2012) “Elecciones catalas y web. 2.0” en Carlón, Mario y Neto, Antonio Fausto (Comp.). *Las políticas de los internautas*. Ediciones La Crujía. Buenos Aires. Argentina.

Notas

¹ Siendo el cine una ampliación y perfeccionamiento de la fotografía analógica y la fonografía, imponiendo la cinética a través de la secuencia de fotogramas.

² Con el VHS, el espectador tenía la posibilidad de ver películas en su casa, e incluso grabar programas ya emitidos de cadenas televisivas.

³ http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/trtdocs_wo001.html#P107_16772 (Consultado el 10-03-12)

⁴ Para Lawrence Lessig fundador del movimiento Cultura Libre: *“Una cultura libre apoya y protege a creadores e innovadores. Esto lo hace concediendo derechos de propiedad intelectual. Pero lo hace también indirectamente limitando el alcance de estos derechos, para garantizar que los creadores e innovadores que vengan más tarde sean tan libres como sea posible del control del pasado. Una cultura libre no es una cultura sin propiedad, del mismo modo que el libre mercado no es un mercado en el que todo es libre y gratuito”*.

⁵ En el sentido de ser repositorio de obras intelectuales; el sitio dispone de un directorio de proyectos que utilizan sus soluciones y se caracterizan por ser grandes repositorios de obras para compartir. Fuente: (Consultada el 14-05-12): http://wiki.creativecommons.org/Content_Curators

⁶ Sobre el desarrollo del término Copyleft y licencias asociadas, consultar el sitio de la Fundación Copyleft. Fuente: (Consultada el 09-05-12) <http://fundacioncopyleft.org/es/9/que-es-copyleft>

⁷ La ONU declara el derecho a internet como un derecho humano (08-07-2011). CNN.México. Disponible en: (Consultada el 05-05-12): <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/06/08/la-onu-declara-el-acceso-a-internet-como-un-derecho-humano>

⁸ En las descargas directas se habla de una arquitectura de cliente-servidor. Donde el servidor aloja y distribuye el contenido a cada cliente y el usuario (cliente) descarga los contenidos a su computadora.

⁹ Megaupload fue un sitio web de descarga directa. En febrero de 2012, el portal fue cerrado por el Departamento de Justicia norteamericano, acusando a los responsables de *“blanqueo de capitales y violación de la propiedad intelectual”*.

¹⁰ Tanto Netflix como Hulu corresponden al mercado estadounidense, y se trata de sitios donde el usuario paga por ver contenidos de series y películas de las principales cadenas de ese país.

¹¹ Cuevana tv corresponde al mercado Latinoamericano, es un sitio que ofrece contenidos audiovisuales con copyright de películas y series online ya lanzados en DVD, vía streaming en forma gratuita. En noviembre de 2011, la cadena HBO demandó al portal Cuevana por exhibir contenido de su propiedad intelectual sin autorización, por infracción a la ley 11.723 (Ley de Propiedad Intelectual) de Argentina.

¹² *España, líder de la UE en acceso a redes sociales y descargas audiovisuales*. (2012, mayo 7). RTVE.es. Fuente: (Consultada el 20-06-12) <http://www.rtve.es/noticias/20120507/espana-lider-ue-acceso-redes-sociales-descargas-audiovisuales/522698.shtml>

¹³ Creado en 2005, por tres exempleados de PayPal. Su visión era contar con un sitio como Flickr de fotos pero para compartir vídeos, donde todo el contenido sería generado por los usuarios.

¹⁴ La compra del sitio YouTube por Google en el 2006, y la demanda de Viacom contra Youtube, el portal de videos desarrolló el programa de gestión de contenidos “Content ID” a partir del 2007. Para ampliar el caso Viacom vs YouTube véase el artículo “5 years later, Viacom still suing YouTube out of *principle*”. Fuente: <http://venturebeat.com/2012/01/31/viacom-youtube-suit/>

¹⁵ *YouTube ayuda a los creadores a rastrear su material ilegal y sacarle provecho*. Javier Martín (25-03-2010). El País.com. Fuente:

http://elpais.com/diario/2010/03/25/ciberpais/1269487466_850215.html

¹⁶ En la Guía de Vimeo a la hora de uso del portal y las reglas para la comunidad, el punto uno en referencia a la hora de subir material: *“1. Subiré solamente videos que yo he creado” (1. I will upload only videos I created myself)*”. Vimeo Guidelines. Vimeo.com. Fuente: (Consultada el 20-06-12)

http://vimeo.com/help/guidelines#uploading_guidelines

¹⁷ Román Alcaide, Luis (2012). Entrevista a Luis Román Alcaide, Director del BccN Barcelona CC Films Festival, realizada telefónicamente vía Skype, Buenos Aires, 12 de abril de 2012.

¹⁸ Julian Olivier es un artista *neozelandés* de arte digital y arte electrónico con base en Berlín. Para mayor información de Julian Olivier. Véase: <http://www.julianoliver.com/>

¹⁹ Kickstarter es un portal para la financiación colectiva que corresponde al mercado estadounidense. <http://www.kickstarter.com/>

²⁰ Tanto Goteo como Verkami son plataformas de financiación colectiva para proyectos creativos y tuvieron

su origen en España. Véase: <http://www.goteo.org> y <http://www.verkami.com>

²¹ El evento nació en Barcelona, España, en 2010, teniendo la particularidad en términos de gestión cultural de ser “el primer festival de cine del mundo de obras licenciadas bajo Creative Commons”. Hecho que permitió la reproducción en otros lugares del mundo como Barranquilla, Bogotá, Buenos Aires, Lima, Helsinki, Madrid, Medellín, México D.F y Roma.

²² Román Alcaide, Luis (2012). Entrevista a Luis Román Alcaide, Director del BccN Barcelona CC Films Festival, realizada telefónicamente vía Skype, Buenos Aires, 12 de abril de 2012.