

Manual d'ús per a la creativitat sostenible en l'era digital



<http://fcforum.net>

Versió 1.0

Continguts:

Part 1: Estat de la qüestió

- A. De qui, per a qui?
- B. Preguntes que cal contestar
- C. Qui genera la cultura?
- D. Àrees d'observació (no exhaustives) i el seu estat actual

- 1. Música
- 2. Cine
- 3. Esriptura i edició
- 4. Moda
- 5. Software: amenaces per a la sostenibilitat del programari lliure

- E. Infraestructures lliures i obertes per a la col·laboració *online*

Part 2: Noves fonts de finançament i sostenibilitat per a la creativitat

- A. Noves fonts de finançament i sostenibilitat per a la creativitat

- 1. Principis bàsics
- 2. Models econòmics

Part 3: Marc general d'anàlisi – Estat de la qüestió

1. Context actual
2. Competició vs cooperació

Annex:

1. Bibliografia
2. Llicències
3. Adhesions

PART 1: ESTAT DE LA QÜESTIÓ

De qui, per a qui?

El FCFòrum congrega a algunes de les organitzacions i persones més actives en l'esfera de la cultura i del coneixement lliure. La seva creació respon a la necessitat d'establir un espai internacional en el qual es pugui establir un marc estratègic global i una estructura de coordinació per a l'acció.

Encarant-se a alguns dels *lobbies* més poderosos formats per les indústries del *copyright*, el FCFòrum és un espai destinat a crear eines per a empoderar a la societat civil quant a la producció i distribució d'art, cultura i coneixement en l'era digital.

Després d'un primer moment de creixement i d'expansió de la cultura lliure, en aquests moments és necessari repensar les estructures econòmiques que han servit per a produir, finançar i subvencionar la cultura fins a l'actualitat. Molts d'aquests models han quedat obsolets, no resulten sostenibles i són perjudicials per a la societat civil. Hem de promoure estratègies innovadores que facilitin la sostenibilitat de les pràctiques culturals de manera que puguin contribuir a la producció comuna de riquesa.

El següent document vol servir per a:

- Donar arguments als “reformadors” polítics: document següent constitueix una eina amb la qual fer pressió als partits, institucions i agències governamentals, amb l'objectiu d'influir en els canvis legislatius que en aquests moments estan tenen lloc.
- Dotar d'eines els i les ciutadanes, per a ser agents actius que s'enfronten a un canvi de paradigma que afecta les esferes de la producció de coneixement, creativitat i cultura.
- Crear una xarxa d'afinitat i col·laboració global basada en l'interès comú en la cultura lliure.

B. Preguntes que cal contestar

En el primer FCFòrum que va tenir lloc en l'any 2009 analitzem les reformes legislatives necessàries per a promoure una era digital beneficiosa per a artistes, ciutadans i emprenedors. Les propostes que es van elaborar constitueixen la [Carta per a la Innovació, la Creativitat i l'Accés al Coneixement](#).

En el document que segueix, elaborat en 2010, vam canviar d'enfocament per a centrar-nos en els aspectes econòmics de la producció de cultura i coneixement. Per a això explorem les maneres de generar beneficis – en el sentit més ampli de la paraula incloent beneficis econòmics però també socials o cognitius – de manera que conduïxi a una cultura més sostenible.

Aquest debat ha de plantejar-se a través de tres preguntes centrals:

- Com es pot produir cultura i coneixement en l'era digital?
- Com es poden generar temps i recursos per a la producció cultural en la conjuntura actual?
- Com es pot garantir l'accés i gestionar els valors generats col·lectivament?

Pensem que aquests tres aspectes, que des de la perspectiva conservadora dels lobbies de les indústries del copyright es presenten com indivisibles, necessiten ser contestats també per separat. **La producció de cultura no ha de ser simplement sinònim de la creació de negocis** i els models econòmics emergents no han d'anar en detriment d'una lliure circulació de coneixement. El veritable repte consisteix a comprendre que existeix cultura sense que això comporti una dimensió econòmica, malgrat que ja hem vist que es pot fer negoci de la cultura. Protegir les forces productives que possibiliten la cultura hauria de ser un eix fonamental dels nostres drets i no un argument per al xantatge laboral.

Com a societat civil és la nostra responsabilitat oposar-nos a les pràctiques que ens despullen del nostre patrimoni comú i que bloquegen el seu desenvolupament futur. Necessitem defensar i estendre una esfera en la qual la creativitat i el coneixement puguin prosperar de forma lliure i sostenible.

A continuació les **nostres respostes, models i demandes**.

C. Qui genera la cultura?

La creativitat és una capacitat humana que requereix de l'accés a la cultura, al coneixement i a la informació existent per a poder ser desenvolupada.

La creativitat és una activitat que es produeix en xarxa.

Considerem que la democratització dels mitjans de producció és la realitat social contemporània.

No hi ha marxa enrere.

Tot el món, a diferents escales, pot contribuir a produir cultura, valors i riquesa.

L'escala a la qual operen aquestes contribucions pot consistir en activitats molt bàsiques (escoltar, reproduir coneixement, etc.) o molt complexes.

L'escala de les necessitats i dels recursos necessaris per a l'acte creatiu també pot variar: alguns només requereixen uns moments d'atenció, altres en canvi necessiten de tota una vida de dedicació; uns poden realitzar-se amb infraestructures molt bàsiques i uns altres necessiten maquinària complexa; alguns poden efectuar-se de forma solitària, uns altres han de desenvolupar-se en grup.

En el context actual de "capitalisme cognitiu", **volem promoure formes d'alliberar temps i recursos perquè aquest potencial distribuït pugui desenvolupar-se de forma sostenible.**

D. Àrees d'observació (no exhaustives) i el seu estat actual

(Noteu que les conclusions de cada àrea d'anàlisi poden contenir idees aplicables a totes les altres àrees. No pretenem oferir una descripció exhaustiva de cada sector, tan sols els seus aspectes més importants).

1. Música

El sector musical ha estat un dels més lents i ineficaços a l'hora de comprendre els canvis de paradigma productiu resultants de l'aparició de l'era digital i la predominança de les xarxes. Les discogràfiques s'han resistit a abandonar un model pretèrit que s'ha enfonsat davant dels seus nassos. L'autonomia obtinguda per músics i grups gràcies a noves tecnologies d'enregistrament i edició i la facilitat per a distribuir la música gràcies al P2P, a les xarxes socials i a la web 2.0 han posat en escac els rols que fins ara tenien les discogràfiques tradicionals.

En els últims anys ha sorgit una constel·lació de microplataformes discogràfiques que desafien el monopoli i l'autoritat de les grans companyies. Molts grups han decidit autoeditar i produir els seus propis discos, en moltes ocasions triant llicències lliures que afavoreixen la circulació viral de les seves obres. Aquests grups han après que la seva música adquireix valor tan sols quan es mou a través de les xarxes i és benvolguda pels diferents usuaris.

Com molta gent ja sap, el model pretèrit afavoria que gran part dels beneficis derivats dels drets d'autor es quedessin en mans dels segells discogràfics. Els músics percebien una quantitat mínima (com es pot apreciar en la figura 1).

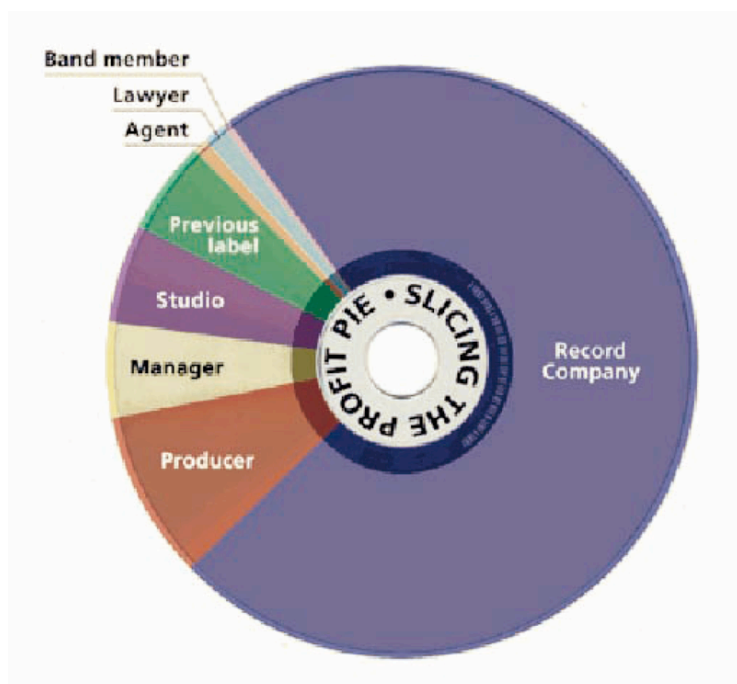


Figura 1: distribució de regalies, informació de www.kn.com.au

Les entitats de gestió col·lectiva s'han alineat amb les grans discogràfiques i han tractat de criminalitzar els usuaris que exerceixen el seu dret a la còpia privada. Paral·lelament, els lobbies de la indústria pressionen la classe política per a promoure una criminalització dels usuaris d'Internet que descarreguen música i la comparteixen

amb els seus parells. Com a conseqüència, els governs han afavorit els interessos d'aquests grans grups en detriment de nous models empresarials que estan buscant alternatives econòmicament viables. Això ha perllongat la vida de models de negoci caducs que tot just beneficien els músics o el públic en general.

Els i les músics intenten posar-se un pas per davant de les discogràfiques i controlar i gestionar íntegrament els seus concerts i actuacions en directe com a fórmula per a generar beneficis. En un moment que la tecnologia digital està augmentant la visibilitat i l'impacte de molts d'aquests grups, ha crescut de forma exponencial el nombre de festivals, sales de concerts i altres espais en els quals es toca música en directe, i per tant els beneficis recaptats per aquestes actuacions han crescut de forma sostinguda durant els últims anys (vegeu les figures 2 i 3).

Això ha permès que molts músics i grups puguin promoure gires més llargues que resulten en un augment de la sostenibilitat que les discogràfiques els havien impossibilitat fins al moment, afavorint així les vendes de música online amb preus més assequibles.

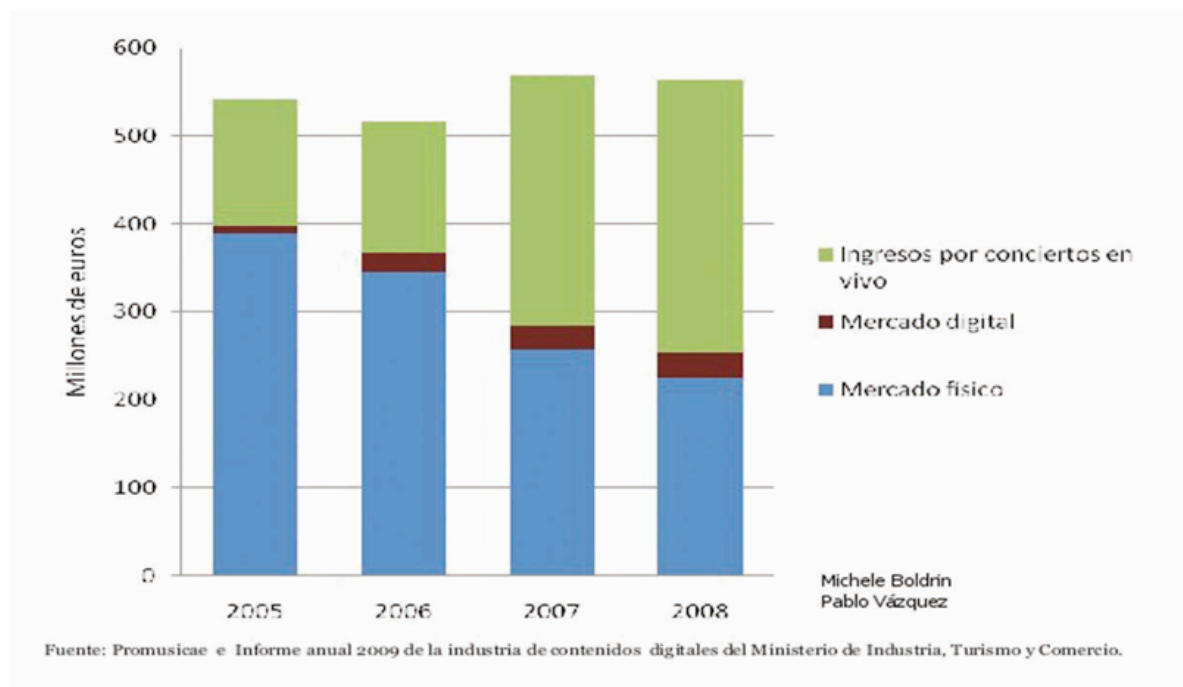
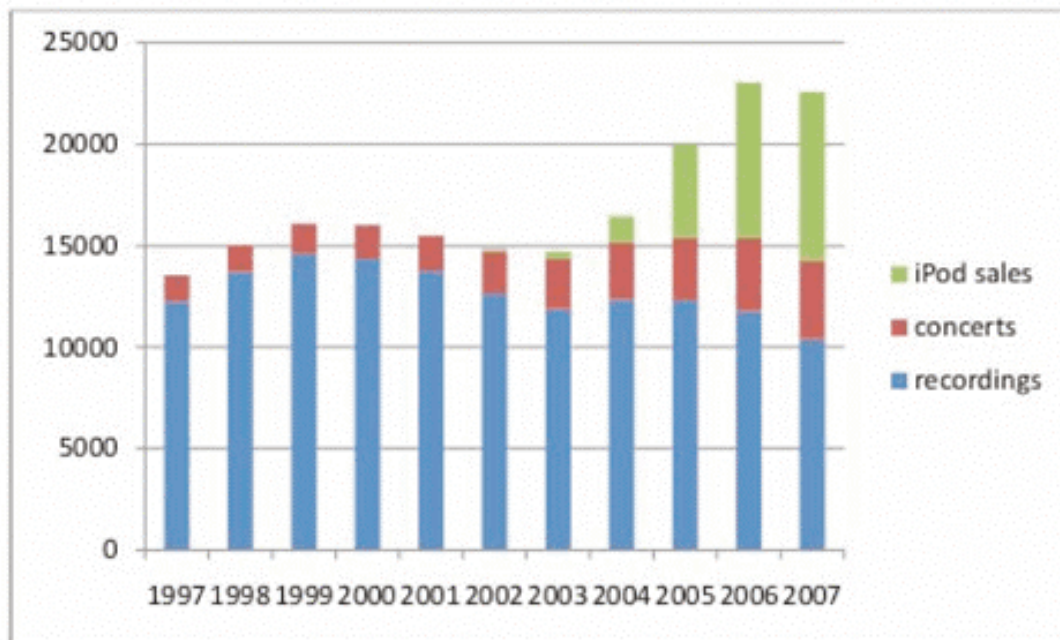


Figura 2: Informe anual sobre industrias de contenidos digitales, edición 2009 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

U.S. MUSIC INDUSTRY SALES TRENDS



Sources: Recording Industry Association of America, "2007 Year-End Shipment Statistics" (www.riaa.com), Pollstar (www.pollstar.com), Apple, Inc. Annual Reports (www.apple.com), accessed 18 March 2008.

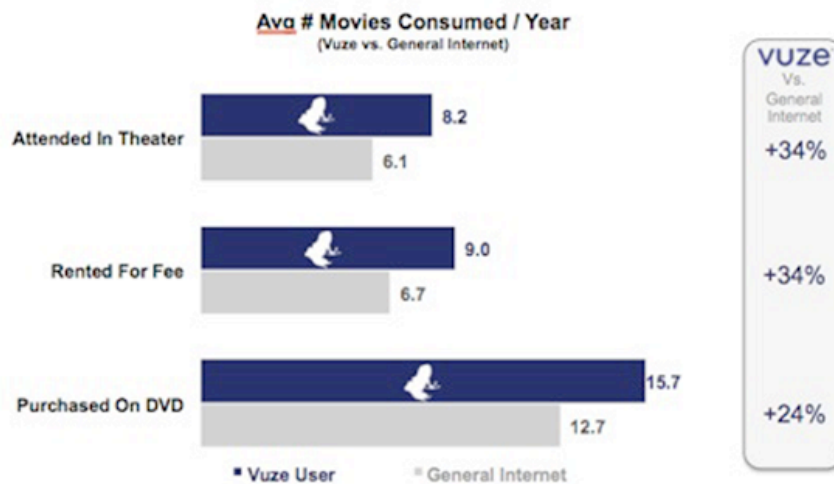
Figura 3

En algunes ocasions les discogràfiques s'han transformat en promotores dedicades a la gestió integral de la imatge i dels continguts generats pels grups. En molts altres casos s'han establert petites promotores per a coordinar i publicitar els grups que ja no depenen dels segells discogràfics ja que ara poden accedir als mitjans de forma molt més fàcil, ràpida i barata.

Les xarxes P2P constitueixen una part essencial del circuit de consum musical. Són una eina que facilita tant la creació com el consum de música. Els nous models emergents entenen que aquestes xarxes són una part essencial d'aquest nou paradigma i no un enemic. Els canvis, òbviament, no esdevenen de forma lineal. Com podem veure en la figura 4, els i les usuàries de Vuze (client per a Bit Torrent usat per a transferir arxius a través dels protocols Bit Torrent) compren més entrades de cinema, DVDs i lloguen més pel·lícules que la mitjana d'usuaris d'Internet. D'aquesta manera vam comprovar que les xarxes d'intercanvi d'arxius tenen un impacte positiu sobre la indústria i constitueixen una via d'entrada per a consumidors amb interessos molt específics.



Spending Power:
Vuze users are Hollywood's best customers.



➡ **They purchase more movie tickets, DVDs, and rentals than average Internet users.**

Figura 4

[Més evidències en [aquests grafics](#) i [documents](#)]

El [technobrega](#) a Brasil i els [Sonideros](#) a Mèxic ens presenten dues experiències d'autogestió i de sostenibilitat molt madures. En el cas del technobrega els músics que s'autoediten els seus discos s'aprofiten de xarxes informals de distribució i venda per a accedir al seu públic. Els promotors posteriorment treballen al seu costat per a organitzar grans concerts als quals acut un gran nombre de persones. En el cas dels Sonideros, es valen de xarxes per a promoure el seu treball i desenvolupar comunitats molt properes basades en la confiança i el sentiment de reciprocitat. Aquests nous models posen en escac les indústries tradicionals i el seu desig de monopolitzar la intermediació en els processos de producció cultural.

2. Cine

[Des de notes d' [Alan Toner](#) sobre la indústria cinematogràfica europea]

El sector cinematogràfic és una de les indústries culturals que més ajudes públiques rep en l'àmbit europeu. Malgrat rebre grans injeccions de finançament públic, aquest sector defensa amb vehemència la seva integració en un mercat regulat a través dels drets d'autor. A causa d'aquesta paradoxa (sobreviu gràcies a fons públics però se ceneix a dinàmiques privades) i al fet que els lobbies han construït un discurs públic que lamenta la pitjor situació del sector, criminalitzant i rebutjant altres formes de produir i distribuir cultura, volem llançar algunes dades que denuncien aquesta situació tan anòma.

Les següents dades demostren també el poc cert que resulta ser la tan repetida queixa que l'intercanvi d'arxius és responsable de la disminució dels ingressos de taquilla.

Com es finança la primera còpia de les pel·lícules?

- En els últims 5 anys el nombre de pel·lícules produïdes en la Unió Europea ha augmentat de 911 (2005) a 1168 (2009).
- En 2009 les taquilles europees van créixer fins a arribar a recaptar 6'27 mil milions d'euros (això inclou tant venda d'entrades com beneficis totals). Això suposa un increment brut del 12% respecte de l'any passat. La venda d'entrades ha augmentat un 6% fins a arribar a recaptar 985 milions d'euros. El nombre d'espectadors era major en 2001-2002 i 2004, superant els mil milions.
- D'entre les vint pel·lícules més taquilleres en els cinemes europeus de l'any passat tan sols una era nominalment europea, això és "Harry Potter i el misteri del príncep", una pel·lícula britànica amb inversió nord-americana.
- Els europeus acuden en massa als cinemes però no per a veure pel·lícules europees, que en 2009 suposaven un 26,7% del mercat.
- Entre el 2002 i el 2005 la inversió directa i indirecta total (en els 27 estats membres) va sumar una xifra de 6.853 mil milions d'euros (Copenhagen Think Tank, 2009).
- Gran part d'aquesta inversió va venir de mans del grup francès CNC que va aportar 2,4 mil milions d'euros. Amb una producció d'unes 800 pel·lícules es pot estimar que cadascuna d'aquestes pel·lícules va rebre uns 3 milions d'euros.
- El segon estat que més ha invertit ha estat el Regne Unit, que manté un modest programa de subvenció directa i desgravament tributari que va sumar entorn dels 468 milions en l'any 2002-3 i 220 milions en 2003-4. Aquest programa ha aconseguit que el Regne Unit sigui la destinació principal de la inversió nord-americana.
- La subvenció pública adquireix un paper major en la producció de pel·lícules en mercats més petits. Per exemple, els documentals austríacs obtenen de les arques públiques el 75% del seu finançament (Vienna Report, ThinkTank 2008).

Les polítiques darrere d'aquest sistema de subvencions no són del tot clares. Tant el cinema com la televisió no són tractats com «productes» normals, a causa de la seva suposada «excepció cultural» a les virtuts del lliure comerç.

La necessitat de promoure la diversitat cultural i mantenir un espai per a les expressions culturals minoritàries xoca amb els dictats del mercat. Tanmateix la producció audiovisual es considera un sector industrial mantingut amb les expectatives de crear ocupació i riquesa. La competició per atreure inversió nord-americana ha donat motiu a la creació d'exempcions fiscals i certes subvencions. Els estudis d'Hollywood s'han beneficiat enormement d'aquestes polítiques que suposadament busquen promoure la diversitat cultural (i això s'ha fet a través de coproduccions i empreses filials amb seu en la UE).

Aquestes mesures es defensen amb l'argument que ajuden a crear ocupació, treball especialitzat i la innovació tecnològica necessària perquè aquesta indústria existeixi, *condicio sine qua non* perquè es puguin seguir produint pel·lícules.

Problemes:

1. No existeixen sistemes que permetin un control públic de l'ús dels recursos públics invertits en el sector. D'aquesta forma els diners públics es privatitzen ja que l'explotació comercial de les obres esdevé en un àmbit privat dominat per les regles de temps, d'accés i d'inversions d'un copyright estricte.
2. Hem de tenir en compte el rol de les distribuïdores de cinema que tendeixen a formar monopolis que imposen els seus criteris als cinemes que es veuen obligats a adquirir grans pel·lícules comercials per a accedir a la resta del catàleg. Aquestes entitats s'han transformat en un dels majors obstacles per a la diversitat i són els que efectivament controlen que no entrin pel·lícules amb llicències lliures en els circuits de cinema comercial.
3. Aquest sistema implica que tots els productors es considerin 'gestors de drets'. La majoria de les lleis de Propietat Intel·lectual considera que el productor és l'únic interlocutor, exclouent a autors i altres agents de la possibilitat d'obtenir drets d'autor dels seus treballs.
4. Un gran nombre de pel·lícules romanen inaccessibles després d'una vida comercial molt curta. El problema s'agreuja en el cas de pel·lícules experimentals o de temàtica singular que esgoten ràpidament el circuit de festivals especialitzats. D'aquesta forma es malbarata un increïble recurs cultural finançat amb els diners de totes i tots.

3. Escriptura i edició

[Des de notes de [Traficantes de Sueños](#) amb contribucions de [Pepe Cervera](#), [Claudio Ruiz](#), [Meena Hwang](#), [Johanna Blakley](#)]

L'edició i la publicació de textos opera a nivells molt diferents, com són l'edició acadèmica, els blogs, les obres de ficció i d'assaig, l'edició comercial, etc. Les estratègies que aquí es presenten busquen analitzar per separat els diferents casos i les seves realitats econòmiques.

En el cas de l'edició en paper (ficció/assaig), les distribuïdores arriben a quedar-se amb un 50-55% dels beneficis generats (a això cal restar-li un 5-25% de despesa en la producció física del llibre, la impressió, etc.).

El futur s'articularà sobre un doble model de negoci que coincideix amb dues formes de lectura no necessàriament incompatibles. Segurament una o una altra acabarà imposant-se segons els diferents segments de mercat: algunes formes, així com les enciclopèdies i els manuals tècnics, optaran, com ja ocorre avui dia, per formats digitals; unes altres, com la literatura infantil i la novel·la gràfica, seguiran durant molt de temps amb formats en paper.

La producció en paper que seguirà les vies més o menys tradicionals en cap cas hauria de ser incompatible amb la lliure circulació en Internet. Els costos per unitat física seguiran justificant l'existència de llibreries i distribuïdores, potser cada vegada més acompanyats de la venda online o d'altres tipus d'iniciatives de distribució directa. La innovació es produirà en la distribució de continguts digitals. El punt essencial a tenir en compte són els canals de distribució alternatius basats en les xarxes socials, les comunitats, la distribució directa online i els diferents nínxols econòmics i de cooperació oberta.

Una possible estratègia és incrementar la venda de llibres físics produint còpies "Premium" (és a dir signades, amb imatges especials, un millor disseny, etc.) que poden ajudar a mitigar les possibles pèrdues causades per l'oferta de còpies digitals gratuïtes dels llibres. En la mateixa línia, també es poden tenir en compte la venda d'entrades i la creació d'esdeveniments específics per a conèixer els i les autors, que poden teixir així vincles més fermes amb les seves comunitats de lectors.

En aquesta línia, considerem molt important establir vincles amb les diferents comunitats de lectors i lectores per a quelcom semblant a un mercat social. Això obre les portes al crowd-funding i reforça el model de subscripció, la qual cosa contribueix a edificar un model econòmic basat en la prestació de serveis i no en la venda de llibres. Implica establir vincles forts i escoltar les necessitats de les comunitats amb les quals es treballa.

Una última estratègia podria ser la venda de serveis associats a l'edició, per exemple alliberar el contingut fonamental però incloure afegits o millores a l'edició digital, links, serveis de recerca, impressió en paper sota demanda o uns altres encara per definir que poguessin generar ingressos addicionals. Aquests serveis es podrien vendre directament o bé estar basats en models de «comunitat» també per mecanismes de subscripció o de comunitat d'usuaris.

En el cas dels blogs, la principal entrada de recursos ve dels anuncis i de les subscripcions.

Àdhuc és necessari dissenyar sistemes de gestió millors que ajudin a facilitar que els autors i els continguts que generen puguin ser descoberts. Això implica establir estàndards de metadades, arxius oberts i la producció de plataformes comunes que facilitin arxivar, compartir i distribuir informació. És necessari treballar sobre la interoperabilitat dels arxius i és necessari dissenyar indexadors millors perquè els continguts lliures puguin ser ordenats i així millorar la seva visibilitat i garantir un fàcil accés per a totes aquelles persones interessades en l'edició en formats lliures.

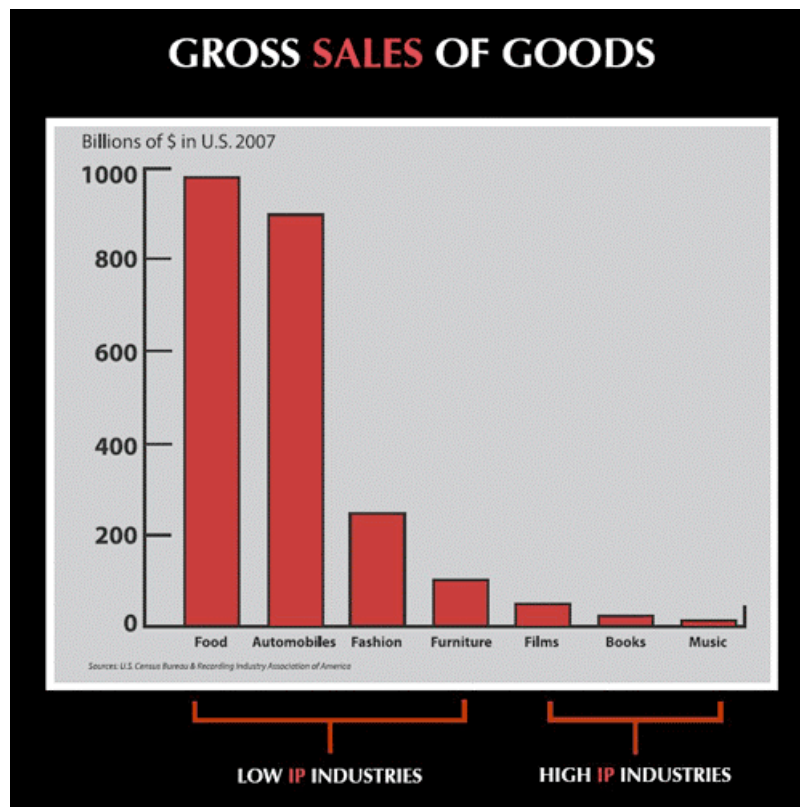
Un altre aspecte important a tenir en compte té a veure amb l'edició universitària i la publicació científica, que en ambdós casos es financen amb recursos públics. Una vegada més insistim que és necessari defensar que aquests coneixements no siguin privatitzats ja que s'han produït amb diners públics.

Finalment, les institucions públiques haurien de promoure l'emergència d'una comunitat forta d'escriptors/lectors.

4. Moda

[Des de notes de [Johanna Blakley](#) i [Zoe Romano](#).]

La moda és un dels sectors menys relacionats amb el moviment de la cultura lliure i amb les pràctiques col·laboratives i els sistemes de producció col·lectiva. Una de les raons d'aquest fet és que la indústria de la moda no utilitza drets d'autor i en pocs casos els dissenyadors fan ús de les patents. Per aquest motiu, organitzacions com Creative Commons gairebé no ha prestat atenció a la indústria de la moda. Aquest sector aconsegueix ser altament rendible malgrat que els dissenyadors no són propietaris de les peces que creen. Els dissenyadors i dissenyadores de moda operen en una «terra nullius» de facto.



Font: Johanna Blakley

La moda constitueix una de les poques indústries culturals que tot just intenten imposar drets sobre els seus treballs. Tan sols es pot registrar el nom d'una marca o el seu logotip. Hi ha hagut intents d'estendre els drets d'autor per a protegir peces específiques, però en tots els casos han fallat. Blakley suggereix que l'absència de drets de propietat intel·lectual en el sector ha contribuït en gran mesura al seu èxit comercial, en part a causa del fet que el cicle d'innovació i de producció no està sent capturat per costosos processos i litigis per a alliberar de drets a certs dissenys. Realment les dinàmiques de còpia que tenen lloc en aquest sector contribueixen a generar tendències, que són factors decisius per a mantenir els cicles de venda estacionals.

Un altre factor que és important a tenir en compte és que malgrat que tot just existeixi explotació de drets en la moda, això no implica que la propietat intel·lectual hagi desaparegut de tot el sector. La competició funciona principalment a través de la

producció de valor de marca, [cosa que dota de poder a qui puguin invertir](#) en màrqueting i en producció de marca, ho desplaça la innovació del producte a les narratives generades i a la logística. Això condueix a formes de monopoli i de concentració de poder a les quals el sector s'enfronta actualment..



De Zoe Romano de Serpica Naro Crew: <http://www.digicult.it/>

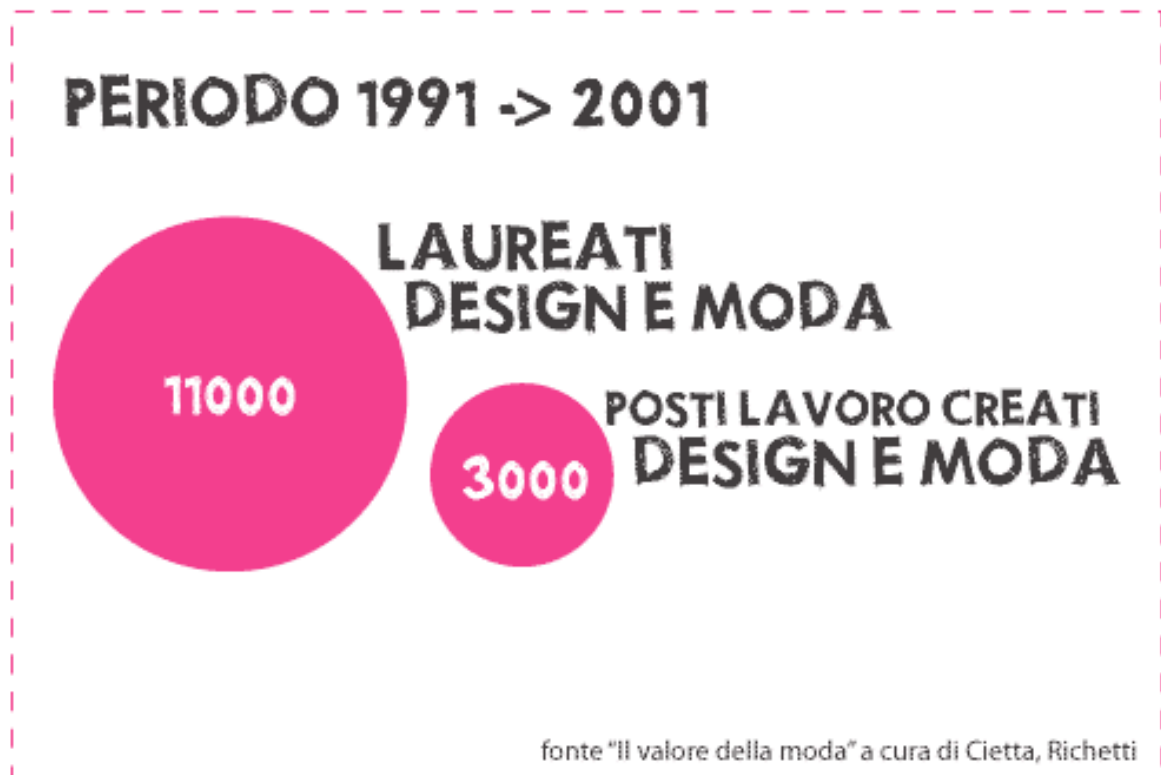
Aquestes grans inversions en comunicació i estratègies de marca no solament produeixen valor, sinó que són les causants que existeixi una força de treball fàcilment explotable:

- A nivell de producció material, les fàbriques competeixen per a oferir preus cada vegada més barats per a aconseguir contractes amb les grans marques (fàbriques que es mouen de Tailàndia a Bangla Desh per exemple, o la creació de [EP Zones](#))
- A un nivell de producció immaterial [un elevat nombre de treballadors creatius](#) d'Europa i Estats Units treballen per salaris ínfims (amb un gran nombre de becariis i treballadors no remunerats) en tots els nivells de la cadena de producció immaterial en companyies que formen part dels grans conglomerats de la moda (LVHM, Inditex, etc.)
- Els treballadors participen en aquestes empreses per a poder posar un gran logotip en els seus currículums.

Finalment necessitem destacar que l'oligarquies presents en els sistemes de comunicació dels grans grups limiten les possibilitats d'introduir innovacions substancials en el sistema de producció de moda.

Tanmateix, poden existir importants possibilitats de canvi de cara a la creació d'un sistema de moda més sostenible com mostra l'exemple de Serpica Naro, encara que xoquei amb lobbies poderosos.

La innovació real podria venir des dels agents i autors independents que entren en el mercat de la moda des d'una perspectiva diferent, a través de les possibilitats que ofereixen els nous sistemes digitals, la producció distribuïda i els processos de producció col·laborativa.



De Zoe Romano de Serpica Naro Crew: <http://www.digicult.it/>

5. Programari lliure:

Amenaces per a la sostenibilitat del programari lliure

[Des de notes de [Mako B. Hill](#)]

El programari lliure és una prova que els nous models poden ser sostenibles. Durant dècades hi ha hagut grans projectes que ara formen part de la infraestructura en la qual es basa Internet. L'èxit del programari lliure és de sobres conegut i, per això, no hi ha necessitat de repetir-lo aquí. No obstant això, encara hi ha molts reptes als quals plantar cara.

Necessitat de més models econòmics

A pesar que existeix una sèrie de models econòmics desenvolupats al voltant del programari lliure i construïts d'acord amb les provisions de serveis i suport, hi ha motius per a preocupar-se, ja que aquests representen encara una part diminuta de la indústria de la informàtica i del programari. Molts dels projectes d'èxit més gran estan basats en models de llicència dual, que bàsicament estan construïts a partir de la venda de versions de programari propietari.

Barreres sistemàtiques que impedeixen la col·laboració

Existeixen barreres tècniques i d'altra naturalesa que impedeixen la col·laboració. De fet, hi ha indicis que la fragmentació està creixent de tal manera que s'està convertint en una important amenaça per a impedir que el programari lliure pugui funcionar de forma conjunta.

La proliferació de llicències comporta barreres legals a la cooperació. La proliferació del llenguatge és un exemple de barrera tècnica que impedeix la col·laboració. La solució no ha de derivar pas en una sola llicència o un sol llenguatge. Encara així, les nostres comunitats han de considerar els beneficis que pot suposar una sinergia en aquestes àrees i hauríem d'esforçar-nos a augmentar la compatibilitat en les àrees on hem triat treballar per separat. En aquest aspecte, l'estandardització representa un enfocament important.

Patents de programari

El programari lliure és incompatible amb les patents de programari. Els i les usuàries de programari lliure es veuen amenaçats pels titulars de patents que perceben rendes a partir dels valors creats per les comunitats i empreses de programari lliure i augmenten el cost de l'ús del programari lliure. Les patents de programari també representen una amenaça per als desenvolupadors de programari lliure, especialment per als que treballen en empreses, els quals poden arribar a ser demandats per crear, distribuir o treure diners a partir del programari lliure. Per tot això, haurien d'abolir-se les patents de programari.

Augment dels coneixements i de l'ús de programari lliure

A pesar de l'èxit del programari lliure, la gent que entén les idees bàsiques relatives al programari lliure és la mateixa que ho desenvolupa. Ara hem d'anar més enllà d'aquestes comunitats. Per a això, hem de promoure de forma més àmplia les campanyes d'educació sobre el programari i donar-los suport. Especialment, hem de promoure-les a través de:

- Mandats legislatius per a l'ús de programari lliure i estàndards lliures. Alguns governs han ordenat l'ús de formats o d'eines lliures. Aquests mètodes descendents permeten que l'Estat es posi al servei de l'interès públic, de manera que cadascú pugui escollir el tipus de programari que desitgi. Hem d'esforçar-nos a crear una base a partir de la qual es pugui expandir el programari lliure.
- Educació mitjançant l'ús d'eines de programari lliure. Hem de promoure el paper del programari lliure dintre de l'educació. Això és important perquè ajuda els estudiants a prendre control sobre l'ambient en el qual es mouen i, al mateix temps, contribuirà a crear una àmplia base d'usuaris familiaritzats amb les eines de programari lliure.
- En particular, quan algunes empreses cedeixen maquinària de forma gratuïta per al seu ús en les aules, universitats o l'Administració pública, aquesta concessió no hauria de lligar-se a l'ús de sistemes operatius i/o programari propietaris.
- D'altra banda, existeixen moltes aplicacions útils en el programari lliure que no són suficientment conegudes. La correspondència sistemàtica d'aplicacions propietàries (per exemple Photoshop enfront de Gimp) de codi obert hauria de promoure's per a facilitar la interoperabilitat.
- Estàndards lliures i oberts. Els estàndards lliures poden funcionar amb eines no lliures, mentre que els estàndards propietaris suposen una enorme barrera. La promoció d'estàndards lliures ajudarà a crear un ambient favorable perquè el programari lliure pugui prosperar.

DRM i legislació contra la descàrrega de continguts protegits per copyright

L'espai per al programari lliure es veu amenaçat per sistemes DRM (Gestió de Drets Digitals – Digital Rights Management) privats o lleis restrictives que assenten les bases per a desconnectar la gent d'Internet. Un punt clau per a garantir el compliment dels drets de propietat intel·lectual (IPR) en la web és el tancament del codi obert per a impedir que els pirates informàtics ho puguin llegir (i canviar) fàcilment. Per aquesta raó, la comunitat del programari lliure ha adoptat un paper tan actiu en la lluita contra el moviment maximalista del copyright en la xarxa.

E. Infraestructura lliure i oberta per a la col·laboració online

La col·laboració oberta online (també coneguda en anglès com open online collaboration, common-base peer production, peer production, online creation communities, entre altres) requereix una certa infraestructura per al seu funcionament. Aquesta infraestructura facilita l'agregació de l'acció col·lectiva online. En utilitzar la infraestructura, els individus (des d'ara cridats «creadors») interactuen per a crear de forma col·laborativa continguts i treballs de diferent caràcter. Aquesta infraestructura inclou diversos components: servidors, noms de domini, plataformes online (amb eines de comunicació i de col·laboració), trobades cara a cara, etc.

Hi ha diversos models de provisió d'infraestructura basats en diverses condicions per als i les creadores. En els últims anys hem observat un augment en el cessament de provisió d'infraestructura per part d'empreses privades, respectant els drets dels creadors i de les creadores i explotant de forma privada els valors comuns creats per comunitats de col·laboració online.

Per a contrarestar aquesta tendència, durant el FCFòrum hem elaborat principis que serveixin de guia per a proporcionar una infraestructura lliure i oberta, inspirada en un enfocament de domini públic que hauria de tenir com a objectiu aconseguir la llibertat, la transparència i la participació en el procés creatiu i, de forma important, el control dels mitjans de producció per part dels creadors i de les creadores. De forma addicional, el resultat (continguts i treballs) preferiblement hauria d'estar a l'abast de tots i totes, reforçant el rol de la societat civil com a proveïdora de béns comuns.

Quins són els principis que serveixen de guia per a aconseguir una infraestructura lliure i oberta?

“Infraestructura” i “lliure i oberta” han de considerar-se aquí com conceptes relatius. La infraestructura es refereix a les necessitats bàsiques per a donar suport a l'activitat principal objecte de la col·laboració oberta online (per exemple, el programari, per a tots excepte potser per als desenvolupadors i per a les desenvolupadores de programari, és infraestructura). En aquest aspecte, la infraestructura podria variar segons el projecte. A més, «lliure i oberta» es considera millor com una tendència que s'alimenta d'un espectre de possibles llibertats i obertures, canviant de tant en tant la seva ubicació dintre de l'espectre segons el context. En aquest punt, vam considerar que l'habilitat de crear una infraestructura lliure i oberta va lligada als següents quatre factors (legal, tècnic, de governament i econòmic).

Principis per a una infraestructura lliure i oberta

1. Qüestions legals: Significa un accés obert (domini públic o copyleft) als materials produïts; que la plataforma està basada en programari lliure o de codi obert; que el programari que fa funcionar els serveis oferts té llicència AfferoGPL; i, finalment, que es protegeix els creadors i les creadores mitjançant polítiques de privadesa i protecció de dades.
2. Arquitectura i base tècnica que promouen la interacció: Significa una sèrie d'aspectes lligats a la base tècnica de la infraestructura.

1. Codi obert disponible per a poder estudiar i millorar els detalls tècnics de la infraestructura.

2. Interoperabilitat (legal i tècnica), és a dir, les dades han de poder moure's al voltant de diferents parts de la plataforma. La interoperabilitat es refereix no solament als termes de la portabilitat de dades personals, sinó també a la migració de bases de dades del projecte.
 3. Infraestructura de xarxa distribuïda, és a dir la infraestructura basada en l'ús compartit de diverses peces de recursos físics, cadascuna d'elles pertanyent a diferents parts. Cada part hauria de tenir la possibilitat d'iniciar accions a partir de qualsevol punt dintre de la xarxa, basant-se en la igualtat de capacitats de comunicació o la neutralitat de la xarxa. Això afavoreix l'absència (o elimina la necessitat) d'un control central i assegura que els nodes interactuen com parts iguals sense cap mediació. En altres paraules, tots els creadors i creadores haurien de ser capaços d'interactuar amb la resta de creadors sense necessitat de mediacions requerides per tercers. L'arquitectura ha d'estar separada en tants nivells distints com sigui possible. De forma addicional, la interacció entre els nivells haurà d'estar descrita per estàndards, preferentment d'accés a través d'interfícies programables. Si hi hagués una falta de solucions tècniques per a la infraestructura distribuïda, la infraestructura centralitzada s'hauria d'avaluar i gestionar d'acord amb els principis de transparència i responsabilitat envers els creadors de la comunitat. Hauria de quedar clar que la centralització pot servir solament per al funcionament tècnic de la xarxa, però no per a altres assumptes de control o profit.
3. Qüestions de governament: el governament es refereix a la transparència i a la participació de la comunitat de creadors en la presa de decisions sobre assumptes relacionats amb la infraestructura. És a dir, si s'introduís un canvi important en la infraestructura, la comunitat de creadors hauria de poder intervenir en el procés de presa de decisions. Per a garantir una gestió transparent de la infraestructura entren en joc diversos factors:
1. Participació no discriminatòria. Això significa que qualsevol pot contribuir, sempre que s'adhereixi a les normes de la comunitat i respecti la llibertat dels creadors per a utilitzar la infraestructura (amb l'única limitació de no perjudicar la pròpia infraestructura i utilitzar-la per al projecte a la qual està dirigida, tal com ha estat definida per la comunitat).
 2. La infraestructura ha de ser transparent pel que fa als continguts i treballs (que no es filtri, afegixi o elimini res), en els quals no ha d'interferir (l'única excepció seria en cas que es danyés la infraestructura). L'administració de la infraestructura no hauria de convertir-se en una font de censura ni impedir la llibertat d'expressió i la llibertat d'associació i de cooperació.
 3. La comunitat de creadors hauria de poder definir les polítiques i regles per a dirigir la seva pròpia interacció amb el desenvolupament dels continguts i treballs en la plataforma.
 4. L'ens que s'ocupa de la infraestructura hauria d'informar i actuar amb transparència davant la comunitat de creadors. A més, haurien d'existir canals directes o de representació per a definir els mandats del proveïdor que s'ocupa de la infraestructura i, en general, perquè la

comunitat pogués intervenir en la presa de decisions relacionades amb la infraestructura. El governament de la infraestructura ha de reconèixer la importància del fet que els creadors s'involucrin en el seu ús. Això no significa necessàriament una participació regular de tota la comunitat en el cos que s'ocupa de proporcionar la infraestructura i que la presa de decisions estigui lligada al manteniment de la infraestructura, sinó que la gestió de la infraestructura hauria de seguir les prioritats de la comunitat i permetre algun tipus de control, discrepància i participació en la presa de decisions per part dels creadors que així ho desitgin.

5. Concessió de poders a la comunitat mitjançant la possibilitat d'un fork. Això significa garantir el dret a abandonar o reubicar l'activitat en cas que la comunitat, o part d'ella, volgués seguir desenvolupant el projecte seguint un'altra direcció o escollint altres opcions d'infraestructura.
6. És preferible que una infraestructura lliure i oberta sigui propietat dels creadors i productors de valor que l'estiguin utilitzant, i no d'un proveïdor de serveis extern.

4. Qüestions econòmiques: El valor econòmic generat per la col·laboració oberta que va utilitzar l'estructura hauria de ser reconegut i utilitzat en benefici de l'activitat de la comunitat i de la comunitat de creadors. La forma d'ingressos no hauria d'impedir o hauria d'interferir el mínim possible en la dinàmica de col·laboració entre parells de la comunitat.

Sostenibilitat d'infraestructura online. Condicions generals i línies d'estratègia

La sostenibilitat de les infraestructures (de qualsevol tipus) sempre ha anat acompanyada de problemes i dificultats. A més, la infraestructura per a la col·laboració oberta online no és barata, especialment si es vol utilitzar de forma àmplia. Això inclou els recursos necessaris (maquinària, ample de banda, energia) i la gent dedicada al seu manteniment i desenvolupament.

No tots aquests recursos poden (o deuen) obtenir-se estrictament a partir de treball voluntari, per la qual cosa es necessita un mecanisme que ajudi a plantar cara als costos del treball professional/remunerat i a altres despeses relacionades amb la infraestructura, sense que això afecti negativament la col·laboració que es porta a terme en aquesta infraestructura.

Pensar en termes de solucions híbrides i d'ecosistemes de comunitat per a la sostenibilitat de la col·laboració oberta online sembla ser l'enfocament més apropiat.

Cal subratllar que no hi ha un ÚNIC model de solució sostenible per a tots els projectes de col·laboració oberta (i la seva tipologia de costos), ni per a totes les seves fases, sinó que la sostenibilitat pot entendre's com un concepte dinàmic i fluid. Les solucions sostenibles per a projectes poden canviar i evolucionar depenent de la tipologia de costos de cada activitat i de l'escala de la infraestructura i la comunitat. A mesura que es desenvolupa la tecnologia i les comunitats creixen i evolucionen, la infraestructura ha de també d'evolucionar amb elles.

A l'hora de dissenyar un pla de sostenibilitat és necessari tenir en compte el context. S'han de considerar els efectes i contrastos dels models de negoci dels mitjans corporatius respecte dels models d'infraestructura lliure i oberta online. Per exemple,

projectes basats en “free as in beer” estan presentant dificultats, ja que Google ara proporciona molts dels seus serveis de forma gratuïta.

Un altre aspecte rellevant a tenir en compte és que (independentment del tipus de proveïdor) existeix una tendència a la concentració en Internet. Solament uns pocs projectes poden arribar a ser molt grans i sostenibles (p. ex. [Wikipedia](#)), mentre que la gran majoria segueixen sent petits projectes. Això va unit al fet que les xarxes augmenten el seu valor a mesura que més gent en fa ús. En aquest aspecte, podria ser bo pensar en termes d'ecosistemes de projectes o de federació d'activitats per a beneficiar-se dels efectes de les xarxes.

A part de la sostenibilitat col·lectiva en termes de la pròpia infraestructura, els creadors que participin en la col·laboració oberta són de summa importància. És necessari determinar com podrien percebre uns ingressos a partir del valor que ells mateixos aporten. En considerar la sostenibilitat de les col·laboracions obertes, cal tenir en compte les fonts individuals de sostenibilitat. Un horitzó que cal explorar per a la sostenibilitat dels creadors és l'autogestió de la producció dels creadors (en la línia de l'economia i de les cooperatives socials). A l'hora de centrar-nos en la infraestructura lliure i oberta i en la seva gestió i la seva sostenibilitat, estem dirigint-nos a l'accés i al control per sobre dels mitjans de producció; i alhora al poder (presa de decisions) sobre el valor generat sobre això pels creadors.

* [Més referències a la bibliografia](#)

PART 2: NOVES FONTS DE FINANÇAMENT I SOSTENIBILITAT PER A LA CREATIVITAT

A. Noves fonts de finançament i sostenibilitat per a la creativitat

Estem veient un canvi radical en les maneres de donar suport a la cultura, afavorides pel creixement de la cultura lliure. Clarament el copyright ja no és el model ideal per a finançar la producció cultural. La veritat és que mai hi ha hagut un únic model vàlid.

En un context en el qual la línia que diferencia els creadors dels consumidors de cultura s'està erosionant i aquestes categories són sovint intercanviables o altament complementàries, els processos de producció i creació col·lectiva impliquen canvis profunds en els sistemes que han servit per a produir cultura fins a aquests moments.

D'altra banda, les institucions públiques i privades i les agències filantròpiques han mostrat cert temor a l'hora de finançar la cultura produïda de forma col·lectiva, ja que difereix de les formes de producció estandarditzades. Els lobbies tradicionals de les indústries culturals ara en declivi advoquen per la criminalització de les noves formes de producció i distribució de la cultura, per la qual cosa impedeixen el seu desenvolupament. Al mateix temps les inversions públiques en la cultura estan sofrint severes retallades que posen en perill la continuïtat de moltes iniciatives i molts projectes culturals.

A continuació, algunes idees per a fer sostenibles la cultura i, on sigui requerit, professionalitzar-ne les pràctiques

1. Principis bàsics:

1. La reconversió les indústries culturals no és solament necessari sinó inevitable. Necessitem fer-ho ara, sense obstaculitzar el desenvolupament normal del potencial cultural i emprenedor de l'era digital.
2. En l'actual context socioeconòmic la difusió de cultura com a tal, o com producte comercial, solament s'enten sota models que permetin compartir. Estem en un període que la cultura està en plena eferescència. Mai s'ha produït i compartit tanta cultura com ara, mai la cultura ha generats tants beneficis com en aquests moments.
3. Les productores i distribuïdores basen els seus marges de benefici en la producció artificial d'escassetat i l'inflació publicitaria de l'imatge de marca. El públic està disposat a pagar per productes o béns culturals sempre que consideri que el seu preu és raonable i el fet de pagar no limita la seva llibertat.
4. La cultura necessita reconèixer les habilitats i aportacions de tots els seus agents, però no ha de dependre d'un ús abusiu dels drets d'autor per a poder convertir-se en un element productiu, per a trobar models sostenibles i inversors. En aquest sentit, molts sectors han demostrat que el copyright no és crucial per a assegurar que els creadors rebin beneficis.
5. El context digital pot beneficiar tant els i les creadores així com els i les emprenedores i la societat civil en el seu conjunt. El paper dels intermediaris ha de ser revisat des de la perspectiva de la col·laboració. Models més sostenibles faciliten les relacions entre usuaris, consumidors i productors. La visibilitat i la "fama" ara es poden obtenir sense la necessitat de ser "descobert" per un intermediari.
6. Els nous models han de promoure la innovació i mostrar vies per a construir una economia de la cultura "no monopolitzada" que els permeti desenvolupar-se plenament.

7. Internet és una eina per a afavorir el contacte entre els i les creadores i el seu públic: aquesta és una de les raons per les quals és necessari garantir i promoure el seu lliure accés.
8. Els governs que no promouen les noves formes de creació i difusió de la cultura, preferint afavorir grans corporacions , ja sigui econòmicament o políticament, estan propiciant pèrdues i lucre cessant per a la societat i destruint la diversitat cultural. Això duu que les despeses fixes de les petites empreses i de l'Administració pública s'incrementin. Per als primers perquè moltes tècniques i recursos culturals arribaran a estar fora del seu abast en temps de severa competitivitat. I per als segons perquè el cost dels serveis públics serà innecessàriament car.
9. En l'era digital el nombre de persones que es consideren artistes ha augmentat dràsticament. En l'era digital les barreres d'accés a la producció multimèdia i els seus costos sovint han disminuït notablement. Això comporta que sovint la inversió sigui menor i el risc inferior.

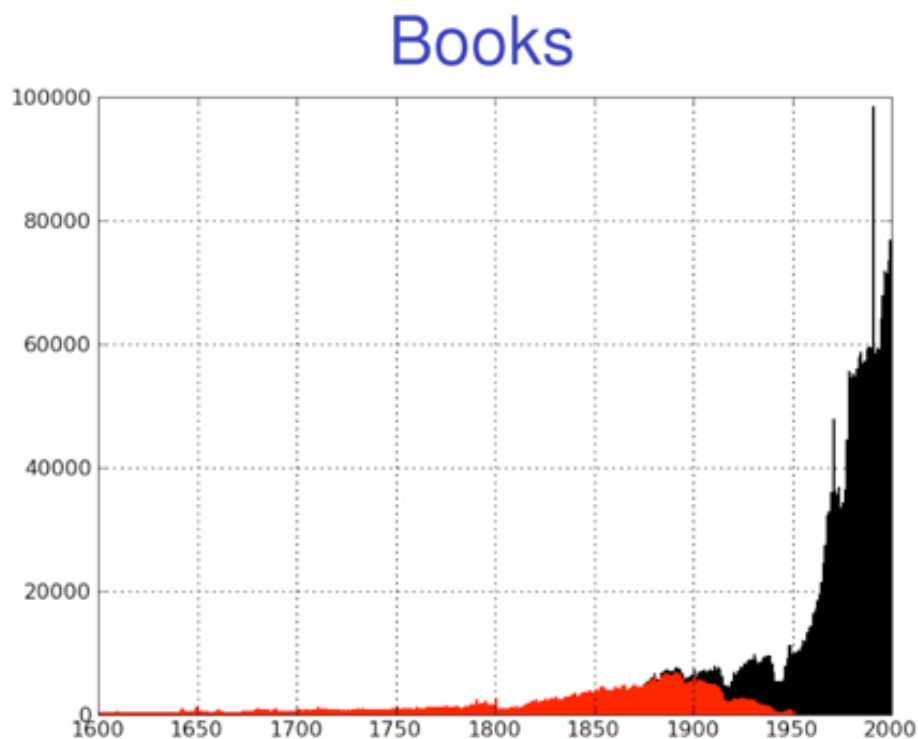


Figure: UK Published Books and Public Domain (Red) (CUL)

Source: OKFN

Recordings

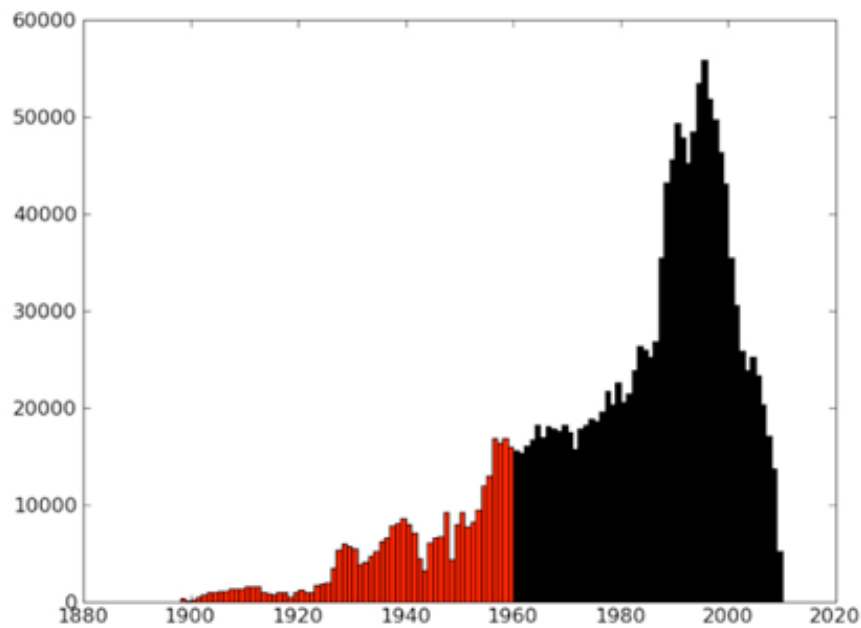


Figure: UK Recordings (BLSA). Red shows PD.
Source: OKFN

10. Aquests models econòmics per a la cultura recorden el moviment del programari lliure, en el qual la producció i distribució entre parells no és incompatible amb estratègies de mercat o la distribució comercial. No han d'imposar-se limitacions de qui pot o ha de distribuir o beneficiar-se dels beneficis de la cultura lliure.

2. Models econòmics

[Es presenten aquí alguns suggeriments que poden adaptar-se a diferents contextos, no la solució final a tots els problemes]

L'ordre de la llista següent no ve definit per les nostres prioritats ni pel que jutgem millor o pitjor. Comença recollint els models que més s'assemblen als acceptats tradicionalment per les indústries culturals per a acabar amb els més propers a la idea de compartir pròpia de la nostra era.

Per tant, l'ordre d'aquesta llista s'ha dissenyat amb la finalitat de possibilitar la seva adopció d'una forma gradual i "no traumàtica" 😊.

1. Pagar pel que es rep

Aquest primer model és més aviat un suggeriment per a les indústries que han de reestructurar-se per a adaptar-se a l'era digital:

Posin les coses fàcils, accessibles i assequibles (es van acabar els trossos de plàstic a 25 euros); no facin les coses obligatòries o estàtiques, ni les criminalitzin, facin-les optatives i ofereixin diferents opcions (vegeu [la posició de EFF pel que fa a això](#)).

Igualment, per a garantir que els artistes no es morin de fam, haurien d'oferir-se [salaries justs](#) a l'hora de contractar un treball professional (on "professional" equival al treball de qualsevol que ven les seves habilitats a canvi de diners) Paguin pel que reben: si han sol·licitat a un tercer un guió o una banda sonora, paguin per ellò.

En aquesta categoria podríem incloure també les actuacions en directe, les conferències i qualsevol esdeveniment en directe.

2. Pagar per un valor afegit

Incloent les còpies "físiques" 😊.

Compartir còpies resulta útil per a guanyar-se una reputació, que després es converteix en la clau per a cobrar per "serveis" que no es poden copiar, com les actuacions en directe, els encàrrecs professionals, els artefactes atractius o el model de lliure actuació, una estratègia que convida la gent a intervenir gratuïtament i a comprar béns virtuals.

Aquest model inclou així mateix una estratègia relativa al subproducte, on les vendes excedeixen els costos del producte inicial i poden arribar a fer sostenible la seva distribució gratuïta. Un exemple clàssic d'això és el merchandising.

3. Anuncis

La publicitat pot representar al mateix temps un factor a tenir en compte i un parany, en posar en risc principis com el de la llibertat d'opció. Les formes publicitàries en xarxa també envaeixen la privadesa i poden constituir una nova forma de vigilància, unit al fet que els productors estan subrepticiament

inclinats a intentar atreure als anunciants en comptes del seu públic o dels seus usuaris. Addicionalment, el model publicitari solament és vàlid en cas de grans comunitats, però no per a projectes incipients.

Existeixen opcions perquè els anuncis no representin un cost important per a la “ètica” de la comunitat. A més, entre el bombardeig publicitari i la total absència d’anuncis existeixen punts intermedis

- Anuncis selectius, com en els casos que solament s’accepten anuncis procedents d’altres comunitats o projectes simpatitzants.
- [Dotar els usuaris del control](#) sobre el seu consum “publicitari”. Un exemple seria donar-los l’opció d’acceptar anuncis en lloc d’oferir una donació, és a dir, acceptar anuncis en comptes d’enviar diners (vegeu: Proposta en Wikimedia. Una altra opció seria mostrar anuncis als lectors, però no als usuaris registrats (com a [Wikihow](#)).
- [Permetre que els usuaris demanin anuncis](#) relacionats amb l’article que estan llegint. La idea és que de vegades els anuncis poden ser valuosos perquè els lectors estan disposats a comprar quelcom vinculat a allò que estan llegint.

4. Inversió privada

A la manera antiga 😊, és a dir, a través d’inversions de risc, d’accions, de mecenatges privats i/o fons comuns d’inversió en infraestructures de negocis.

- Suport del fons comú per a accedir a mercats complementaris: donar suport als negocis que controlen serveis o productes complementaris.
- Suport selectiu d’inversors: quan els inversors tenen interès en l’existència de certs components d’una col·laboració oberta, hi inverteixen i possiblement part d’aquesta inversió es transfereixi al suport d’altres components, encara que no al conjunt de components que mereixen existir.

5. Freemium

Freemium és un model de negoci que ofereix de forma gratuïta serveis bàsics, o un producte digital bàsic descargable, mentre que cobra una tarifa premium per atributs avançats o especials.

Aquest model ha contribuït al llançament de moltes empreses d’Internet i tracta de trobar un equilibri entre permetre l’accés als usuaris i la necessitat de pagar per certs serveis o continguts. [Magnatune](#), per exemple, permet als seus usuaris escoltar cançons específiques penjades en la seva pàgina web, però si paguen una quantitat fixa, poden accedir a la totalitat del seu arxiu musical. En tots els casos, la tarifa premium funciona perquè són els clients qui decideixen lliurement adquirir el servei en la mesura que valoren la quantitat de continguts o serveis que podrien aconseguir. La indústria del periodisme digital també ha adoptat aquesta adreça.

La diferència fonamental entre Magnatune i altres projectes similars com Spotify és que aquest segueix depenent de formes contractuals lligades a la mediació de les indústries culturals per a explotar els seus continguts, mentre que Magnatune usa continguts publicats amb llicències CC o llicències lliures, la qual cosa permet augmentar la seva circulació i reduir els intermediaris. D'aquesta manera, s'incrementen els beneficis dels autors i de la pròpia plataforma.

6. Contribucions

No és rar que els projectes o iniciatives possibilitin als usuaris aportar contribucions o donacions per a ajudar en la seva realització. Aquest model no pot finançar el conjunt d'activitats o productes culturals, però sí que pot ajudar a establir un llaç estret entre les comunitats de productors i tots aquells agents que s'en beneficien d'elles, com en el cas de Wikipedia. Com més involucrats i respectats s'asseuen els usuaris, millor funciona aquest sistema.

En aquest context, com diu [Jaromil](#), també és important repensar els sistemes monetaris i la forma de valorar i valoritzar els continguts culturals, havent de dissenyar sistemes propis que ens permetin crear transaccions gratuïtes mitjançant monedes paral·leles.

7. Crowdfunding

Oferint la possibilitat que la ciutadania i empreses públiques i privades contribueixin amb qualsevol quantitat de diners a una iniciativa cultural, aquestes plataformes han permès que la societat es converteixi en protagonista i adquireixi veu en el procés de producció de projectes culturals específics. En l'actualitat existeixen diferents models de crowdfunding que haurien d'explorar-se i tenir-se en compte amb la finalitat de captar el seu potencial.

1. **Crowdfunding directe.** Els projectes creen les seves pròpies plataformes per a rebre donacions. [Riot cinema](#) constitueix un exemple clar d'aquestes pràctiques, ja que actualment treballa en el finançament d'una pel·lícula a través de les contribucions d'agents individuals que accedeixen al projecte a través de la seva pàgina web. La seva tasca és promoure la pel·lícula i involucrar la gent en la seva producció en canvi de material promocional, passades privades i reconeixement en els crèdits. Això crea un vincle directe entre audiència i productors, que col·laboren en l'elaboració de la pel·lícula.
2. **Crowdfunding de propostes de projectes.** Una altra modalitat possible és que els agents culturals descriguin un projecte que desitgen desenvolupar i proporcionin als seus patrocinadors potencials la informació sobre les seves necessitats i els seus resultats potencials i possibles. Una vegada proporcionada aquesta informació, es fa una crida oberta a finançar el projecte mitjançant donacions directes que són visibles i públiques. A partir d'aquí, els artistes o productors arriben a acords amb els seus promotors per a oferir-los beneficis futurs, merchandising o visibilitat una vegada que el projecte s'hagi completat. D'aquesta manera, els diners flueixen directament cap als artistes sense necessitat d'intermediaris. [Kickstarter](#) ([Verkami](#) al estat espanyol) constitueix un exemple perfecte d'aquest model de cofinançament, ja que ha permès la producció de nombrosos projectes que abasten

pel·lícules, discos, llibres, etc. Aquest sistema ajuda a mitigar els riscos en el mercat exposant projectes a inversors i analitzant les reaccions socials a aquestes iniciatives abans que es portin a terme: si no assoleixen una bona acollida, significa que la inversió és massa arriscada.

3. **Crowdfunding de projectes que ja funcionen.** Altre sistema de cofinançament permet que es contribueixi a la pervivència de projectes culturals, pàgines web i blogs ja existents. [Flatrr](#) constitueix un magnífic exemple d'això, ja que es tracta d'un sistema de donació basat a votar els llocs que cadascú consideri dignes de rebre finançament. Així, els usuaris obren un compte en el qual determinen una quantitat periòdica de diners que es destinarà a tots els projectes sobre el botó Flatrr dels quals es faci clic. D'aquesta forma, els desenvolupadors de programari, bloguers, escriptors, compositors i altres creadors podran seguir produint mentre els usuaris que visiten els seus llocs els proporcionen part dels fons que necessiten.
4. **Acords de preproducció.** Una altra via interessant que cal tenir en compte és la dels projectes prefinancats. [Goteo](#) constitueix un bon exemple d'això, per ser una plataforma que permet a institucions públiques i privades produir projectes culturals que posteriorment s'exposaran o es desenvoluparan en les seves instal·lacions. Això transforma el paper de les institucions públiques d'elements passius a actius. En la majoria dels casos, les institucions paguen tarifes d'exposició una vegada que el projecte s'ha finalitzat i presentat, sense contribuir així a la seva culminació. En revertir aquest procés, els artistes poden desenvolupar lliurement els seus projectes sense necessitat de dependre dels drets d'autor per a remunerar el seu treball.

8. Finançament públic

A l'hora de finançar grans projectes com llargmetratges, importants innovacions tecnològiques, arxius o altres iniciatives perllongades i cares, la majoria d'aquests projectes han de recórrer a fons públics que garanteixin la seva culminació.

En qualsevol cas, creiem que en el context d'una societat de contribuents, la cultura ha de rebre inversió pública a causa del seu innegable valor social.

La protecció artificial que els Estats ofereixen a les indústries afectades i a l'actual panorama de distribució suposa una distorsió de la creació. [Com diu David K. Levine](#), l'Estat i els suports mercantils no són neutrals, per la qual cosa hem de preservar l'ecosistema creat per Internet per ser més democràtic que qualsevol classe d'intervenció. Aquí una altra raó addicional per a defensar la neutralitat de la xarxa, en la mesura que això suposa defensar l'autodeterminació de la cultura.

En aquest sentit creiem que:

0. Tot model de finançament adequat ha d'assentar-se en **el compartir** i l'apropiació lliures de la cultura una vegada que és produïda. El control de les còpies és perillós en un context digital on la còpia és ubiqua.

1. El finançament social ha d'anar conjuntament amb el finançament públic, i en cap cas hauria de concebre's com substitutiva de les **responsabilitats públiques** en el finançament cultural.
2. Les **deduccions fiscals** haurien de dissenyar-se per a promoure el microfinançament. Durant molts anys a EEUU ha existit un sistema anàleg pel qual les organitzacions amb ànim de lucre reben contribucions desgravables en virtut de les disposicions de la Secció 510 (3)(c) del Codi de Rendes Internes d'EEUU. Resulta notable que molts projectes que busquen donacions en plataformes de crowdfunding s'associïn amb organitzacions incloses en aquesta Secció 501(3)(c) amb la finalitat de poder oferir desgravaments als seus donants potencials. Algunes plataformes ofereixen fins i tot "patrocini fiscal" per part d'algunes de les esmentades organitzacions a canvi d'una tarifa.
3. La cultura lliure **no hauria de constituir una anomalia**.
4. Quan es tracta de diners públics, la ciutadania hauria de tenir almenys l'opció de decidir com s'inverteix. Aquesta transferència del control sobre el procés de finançament requeriria la supervisió ciutadana i la garantia que les obres produïdes són accessibles. Actualment existeixen ja plataformes d'aquest tipus, per exemple a Suècia, on **els ciutadans assignen recursos** entre diferents projectes candidats a obtenir finançament.
5. Part del finançament existent s'assignarà a obres distribuïdes mitjançant sistemes alternatius de llicències, ja siguin llicències relatives al consum d'aquestes obres (Creative Commons-No Comercial) o llicències que permetin la reutilització subsegüent d'aquell material (Creative Commons-Compartir Igual).
6. D'aquesta manera, tots els que sol·licitin finançament haurien de publicar les seves obres en condicions distintes a les dels drets d'autor convencionals. Una demanda de mínims seria que, **transcorregut un temps raonable, tals obres es publicuessin** en les xarxes digitals perquè aquells que ho han sufragat tinguin dret a accedir-hi i a redistribuir-ho en xarxes descentralitzades. Partint de la base que **la vida comercial de la immensa majoria de les obres sol ser de cinc anys** (sent molt menor en alguns casos), podrien reservar-se certs drets (com l'emissió en canals de subscripció o finançats mitjançant publicitat).
7. S'hauria de fomentar la creació de **canals de distribució alternatius** i promoure la diversitat com un valor afegit.
8. Haurien d'enfortir-se les xarxes de productors, distribuïdors i realitzadors independents.
9. A l'hora de tractar la distribució d'inversions i de beneficis d'una "peça" s'hauria de contar amb tots els actors implicats en la seva creació, i no solament amb els seus productors.
10. Com suggereix [Rick Prelinger](#) necessitem uns **"informes d'impacte cultural"** que analitzin els efectes de les iniciatives proposades pel sector empresarial, industrial i governamental. Aquests informes haurien d'aclarir prèviament com afectarà al procomú i avaluar l'acció d'iniciatives empresarials o decisions de caràcter polític.

9. Estratègies basades en el procomú vs pràctiques mercantils depredadores:

Cal buscar els diners allà on són.

Ens preocupa la destrucció sistemàtica del procomú si no es prenen mesures per garantir que els béns comuns estiguin fora del perill de l'espoli per interessos comercials i dinàmiques mercantils. En aquest sentit creiem que qui alimenten el procomú haurien de poder gaudir dels beneficis de la cultura lliure i s'haurien d'adoptar mesures per a garantir que les empreses privades no es dediquin a extreure béns i coneixements d'aquest procomú sense la corresponent compensació o sense redistribuir part dels beneficis generats.

Llicències com [la Copyfarleft proposada per Dmytri Kleiner](#) contribueixen a trobar cert equilibri en aquesta lluita. Aquestes llicències estan concebudes per a permetre que els comuns (tots aquells subjectes que participen activament en la producció, reproducció i gestió del procomú) comparteixin i explotin el procomú, però condicionen la manera que les empreses o entitats lucratives es relacionen amb aquest procomú.

En aquells casos que es generin beneficis, els autors o artistes/creadors han de poder assolir un pagament regular i just que s'hauria de calcular proporcionalment a l'ús que s'ha fet de la seva obra.

En [l'economia del compartir com la defineix Michel Bauwens](#) -el model de negoci de la Web 2.0-, la gent forma part de plataformes participatives en les quals comparteix els productes de la seva expressió creativa. Per més que la seva participació sigui àmpliament voluntària, els amos de les plataformes venen als anunciants l'atenció acumulada de les seves comunitats d'usuaris. YouTube, entre d'altres, o d'alguns llocs de descàrrega.

En aquests casos, diverses veus ([KEI](#), [Moulier Boutang](#), [La-EX](#), [Kleiner](#)) proposen que la comunitat que aporta el contingut hauria de recuperar part de la plusvàlua mitjançant una espècie de cànon sobre totes les transaccions que alimentarien la pol·linització i la pròpia existència dels continguts.

Alguns sindicats d'artistes han fixat en un 15% la tarifa amb la qual s'hauria de remunerar als creadors de continguts en l'àmbit de les arts visuals. Aquest paràmetre ha inspirat [La-EX](#) (exEXGAE) a proposar que el 15% dels beneficis obtinguts per les plataformes de distribució de continguts hauria de redistribuir-se entre qui van aportar continguts a aquestes plataformes, segons una estimació d'arrel cúbica indirectament proporcional basada en una escala d' 1 a 1000 que va des de les obres amb major nombre de visites fins a una quantitat mínima acordada ([vegeu Richard Stallman: el productor de continguts queté 1000 vegades més d'exit rep 10 vegades més, en comptes de 1000](#)), sempre que els autors facin pública la seva identitat si desitgen rebre la quantitat que els correspon.

Aquesta tarifa s'aplicaria a llocs com YouTube, Flickr, Google, llocs de streaming i descàrregues, o a qualsevol plataforma l'activitat comercial de la qual depengui directament de la distribució de continguts.

[Per a una metodologia estadística més detallada sobre la difusió de continguts i la diversitat cultural, vegi's l'obra de [Philippe Aigrain](#) que apareix en la bibliografia.]

10. Sistema de finançament col·lectiu

Una tarifa plana sobre la connexió a Internet no es pot considerar si no implica la creació d'un fons comú de recursos equitatiu i democràtic i reconeix als ciutadans el dret a compartir i reutilitzar lliurement les obres.

Des de 2003, alguns investigadors, activistes, organitzacions de consumidors, grups artístics i legisladors han plantejat propostes per a finançar les obres creatives i artístiques mitjançant una tarifa plana. En la seva opinió, aquest mecanisme permetria la convalidació plena del dret a compartir de forma individual obres creatives sense ànim de lucre i posaria fi a la guerra contra el compartir, acabant així amb els intents de criminalitzar els usuaris d'Internet per part de les principals indústries de continguts. No obstant això, no existeix un únic model possible de tarifa plana, sinó molts, i cadascun té implicacions i efectes molt diferents. Aquestes propostes difereixen en múltiples aspectes i **no totes les considerem acceptables**: algunes presenten el pagament d'una tarifa plana per part dels abonats a connexions de banda ampla com a compensació per un presumpte perjudici als autors, artistes o productors derivat del compartir. Unes altres contemplen la tarifa plana com la implementació d'un nou sistema de remuneració o finançament que queda fora de l'abast del copyright i que podria possibilitar una major dedicació a l'activitat creativa. Algunes conceben aquest sistema de manera similar al cànon per còpia privada que gestionen les entitats de gestió de drets d'autor, mentre que unes altres desitgen erigir un model de gestió completament nou, assignant el protagonisme essencial als propis usuaris d'Internet.

Per a poder implementar un sistema realment just i democràtic de finançament, les condicions actuals han de canviar profundament:

0. Una tarifa plana solament és acceptable si garanteix **la fi de la guerra contra el compartir** i el remix. Ha de constituir una llicència general per al compartir, no per a proporcionar recursos als lobbies de les indústries que promouen aquesta guerra.
1. La proposta d'una tarifa plana **no ha de reforçar la centralització de la informació i dels diners** en mans d'organitzacions que no passen comptes davant la ciutadania com les entitats de gestió. Actualment en molts països aquestes institucions estan dominades per interessos corporatius. La seva gestió ha de permetre que els creadors (siguin o no membres de les entitats de gestió) i el públic segueixin i avaluin la distribució.
2. La missió de les organitzacions que es podrien implantar per a recaptar o assignar els fons ha de limitar-se estrictament a obtenir dels usuaris d'Internet informació sobre les seves preferències (per al finançament) o el seu ús (per a la remuneració), i actuar tenint en compte això per a **distribuir la recaptació d'una manera proporcional, verificable i pública**.
3. Una tarifa plana no és una compensació per un perjudici, atès que no existeixen proves que compartir causi perjudicis de cap classe mentre que, en contrast, els seus beneficis culturals estan demostrats. El primer pas cap a un sistema de tarifa plana ha de ser el reconeixement

que el **sector cultural ha d'acceptar el món digital** sense interferir en els seus paradigmes fonamentals i sense esperar més temps per a adaptar-se a aquest nou univers.

4. De la mateixa forma, un finançament mitjançant tarifa plana solament és legítim com a manera de fomentar la creativitat. Per tant, és important que els ingressos derivats de les activitats culturals reverteixin **directament en els autors** (i qui contribueixen directament a les obres), i no en els intermediaris. Les entitats de gestió afavoreixen els intermediaris i la indústria en general, i no els autors, o en el millor dels casos solament serveixen per a mantenir un limitat nombre d'autors establerts. Això tendeix a homogeneïtzar la producció cultural i sufoca la diversitat cultural. Els nous drets de remuneració i/o finançament haurien de beneficiar als autors, artistes, tècnics i col·laboradors directes, i solament a ells. No s'haurien de considerar aplicables als nous drets els contractes vigents de cessió de drets.
5. L'única condició perquè els autors siguin aptes per a percebre aquesta tarifa plana hauria de ser haver publicat i registrat mínimament la seva autoria, sense necessitat de pertànyer a un sindicat, una associació o una entitat establerta. La concepció dels objectes culturals ha de ser completament revisada (vegeu "[Qui genera la cultura?](#)"). Amb l'actual definició del que constitueix una pràctica cultural, quedarien excloses una gran varietat de produccions creatives.
6. Totes les produccions digitals que compleixin els estàndards d'originalitat (incloent la reutilització) haurien de ser aptes per a rebre aquesta remuneració o finançament, siguin quin siguin el seu mitjà i nivell d'ús. La tarifa plana hauria d'implicar la redistribució dels beneficis de forma gradual: la quantitat assignada a cada obra ha de basar-se en una funció no lineal pel que fa a la seva popularitat (vegeu les propostes de [Richard Stallman](#) i [Philippe Aigrain](#)). Els ingressos generats han de distribuir-se exclusivament entre autors, artistes, tècnics i col·laboradors directes, vius.
7. Per a resultar acceptable, un sistema de tarifa plana ha d'incloure el dret a transformar les obres lliurement i a considerar plenament apta per al seu cobrament qualsevol nova producció, incloent els continguts "generats pels usuaris", remixes i obres de sampling. **No podem continuar reforçant una divisió entre productors/autors i consumidors, donat que en una cultura en xarxa sovint aquestes dues figures coincideixen en una mateixa persona.**
8. Solament es pot considerar la implantació d'una tarifa plana si es tracta d'una contribució col·lectiva a la creació d'un bé comú. Una tarifa plana no pot ser un impost (uns diners recaptats sense un propòsit específic) o un cànon perquè això suposaria un cànon indiscriminat, com el cànon digital d'Espanya, recentment declarat il·legal pel Tribunal Europeu de Justícia de Luxemburg per penalitzar sectors com les administracions públiques o les empreses basant-se en fonaments arbitraris i injusts. Compartir és una activitat justa i neutral, no una culpa o alguna cosa per la qual s'ha pagar: **Internet ha de seguir sent neutral i no se li haurien d'aplicar impostos.**
9. Una tarifa plana **no ha d'estar al servei de cap indústria o grup específics**, sinó que ha de constituir un sistema de mutualització (un fons comú de recursos) organitzat en el si de la comunitat conjunta d'usuaris d'Internet i de creadors d'obres. En cas contrari, obriria la porta a reivindicacions per part de molts altres sectors que voldrien imposar el seu propi cànon sobre Internet.

10. Una tarifa plana ha de ser neutral en termes dels costos en els quals incorren els negocis que exploten els continguts en la xarxa, en la mesura que ells no són els beneficiaris ni paguen una contribució. Tampoc ha d'interferir amb la neutralitat de la Xarxa o **sobrecarregar els usuaris finals amb costos que haurien d'assumir els negocis** que exploten aquests continguts en línia.
11. Solament es pot acceptar un sistema de tarifa plana si **respecta la privadesa** i es basa en el subministrament voluntari, i no obligatori, de dades estadístiques sobre els usos i preferències. Les possibles mesures addicionals haurien de limitar-se a la prevenció i investigació del frau. Ha de garantir-se el dret a l'anonimat, objectiu perfectament assolible amb les tecnologies existents. Els servidors d'Internet i els administradors de pàgines web haurien de tenir dret a proporcionar les seves pròpies dades estadístiques, sense supervisió o control forans, excepte quan es tracta de la detecció indirecta de frauds. Ja existeixen propostes de sistemes de mesura i criteris de distribució molt segurs (vegeu [Philippe Aigrain](#), [Stallman](#)...). Els usuaris d'Internet haurien de poder accedir als continguts de forma anònima i sense necessitat de registrar-se o subministrar informació confidencial als llocs que visiten.

10 (bis) Entitats de gestió de drets d'autor

La cultura lliure ha de buscar models econòmics distributius que redefeixen les condicions de negoci de les empreses creatives actualment en decadència. Com s'exposa en el punt anterior, les entitats de gestió han fracassat a l'hora de promocionar aquest canvi perquè s'han alineat amb els interessos de les grans empreses sense prendre en consideració els dels productors individuals.

Els artistes i productors s'estan reorganitzant entorn de fórmules i plataformes més democràtiques (C3S, [Creative Commons](#), [Freibank](#) ...) i entorn de llicències més obertes a les diferents opcions de negoci que ofereix l'era digital, on el model predominant passa per una combinació del lucratiu i el no lucratiu. Com s'indica la [Carta per a la Innovació, la Creativitat i l'Accés al Coneixement](#), no podem acceptar que les entitats de gestió de drets d'autor en el seu format actual s'encarreguin de la redistribució o mediació entre l'Estat i els productors culturals per les raons següents:

1. Les persones que es dediquen a la creació sempre haurien de poder revocar el manament de les entitats de gestió.
2. Les societats de gestió són entitats privades que han d'administrar únicament i exclusivament els "comptes" dels seus membres, que mai no són la totalitat de la comunitat creativa.
3. La lliure competència entre entitats de gestió s'hauria de garantir, com passa amb qualsevol entitat privada. S'haurien d'abolir els monopolis legals de societats de gestió. Els autors i els artistes haurien de poder registrar lliurement les obres que decideixin en qualsevol societat de gestió, podent deixar alhora altres treballs sense registrar, o registrant-los en una altra entitat.
4. Autors i autores i editorials no haurien de ser representats per la mateixa institució, com passava en temps dels sindicats verticals. Cada soci hauria de tenir dret a vot. Un soci, un vot.
5. Per damunt de tot, les societats de gestió haurien d'administrar únicament les obres que estan registrades en la seva base de dades.

6. No s'hauria de permetre que cap societat de gestió impedeixi a artistes, autors i autores d'usar llicències lliures.
7. Les societats de gestió no haurien de poder gestionar impostos no atribuïbles, tampoc hauria d'haver cap cobrament obligatori de drets. Les quantitats no atribuïbles haurien de ser gestionades per l'Estat com a incentius a la creació.

Vegeu [Informe de la Comissió Nacional de la Competència de l'estat espanyol](#).

11. Renda bàsica

Per a connectar la qüestió de la cultura lliure amb visions de transformació social a gran escala en el context d'economies capitalistes que paguen impostos, una tesi que mereix la pena contemplar és la de [la renda bàsica](#), és a dir la d'un salari mínim garantit per a tota la ciutadania.

Aquesta renda es pot considerar una forma d'ingrés per a tots – ja que tots participem en les formes de polinització, de producció creuada entre parells i vam contribuir en la dinàmica econòmica. Dintre d'aquest context serviria per a retribuir pel seu treball als i les autors que es veurien menys exposat a la precarietat a resoldre les pautes bàsiques per a sobreviure.

La renda bàsica incideix que el valor es produïx de forma col·lectiva i que qualsevol ciutadà està produint formes de valor a través de les seves interconnexions amb els altres. No obstant això, en aquest moment de capitalisme cognitiu aquest valor col·lectiu està sent capturat per una minoria d'empreses que ho transformen en valor econòmic privat

La renda bàsica no constitueix un ingrés indirecte que neix de la redistribució de certs beneficis sinó que és una gratificació directa a cada membre de la societat per la seva participació col·lectiva en la producció de valor, de consum i d'inversió en el nou procomú. La societat, com a cos productiu, ha de ser sostinguda i la renda bàsica garantida és una forma de redistribució econòmica de la riquesa en la societat, perquè ajuda a crear les condicions perquè la ciutadania pugui produir valor fora de l'economia.

12. El procomú i el domini públic

És imprescindible garantir l'accés i la preservació del domini públic i del nostre procomú del coneixement per a tots els membres de la societat. Tal i com sosté [L. Nagarjuna](#), hem de dissenyar sistemes que impedeixin que el coneixement sigui tancat i privatitzat i hem d'assegurar-nos que el seu accés estigui sempre garantit. El domini públic i els sistemes de producció social que permet són elements centrals per a les indústries creatives ja que constitueixen un reposador d'idees, de sons, d'invençions i d'imatges que serveixen de base per a qualsevol producció cultural contemporània. En aquest sentit, necessitem construir models de negoci capaços de contribuir al desenvolupament i creixement del domini públic.

Hem de trobar formes de garantir que aquells models empresarials que es nodreixen del procomú de coneixement retornin béns i enforteixin aquest procomú. Per a enfortir una economia basada en el procomú és necessari explorar models híbrids. Això implica repensar categories legals, redefinir les

nocions de públic i privat i inaugurar nous espais jurídics per a l'emplaçament de projectes de caràcter empresarial.

Després de les denominades “guerres del copyright” que van tenir lloc en els EE.UU i el consegüent encerclament digital del procomú, ens trobem en un moment de creixent privatització de la cultura i del coneixement. Hem de revertir aquesta realitat per a mantenir un sistema de producció cultural sa i productiu. Tal com defensa [Laurence Rassel](#), necessitem construir arxius públics que ens permetin accedir als continguts culturals i ajudin a evitar la dispersió i pèrdua del coneixement produït de forma col·lectiva. Els i les artistes han participar de forma conscient en aquest procés, ja que si ells no alliberen la seva producció, no tindrà sentit establir infraestructures pensades per a preservar el domini públic.

D'altra banda, [Eric Kluitenberg](#) defensa la necessitat de preservar la nostra memòria col·lectiva i que per a això necessitem sistemes per a gestionar tot aquest coneixement de forma efectiva.

Som conscients que és necessari establir millors sistemes d'arxivament i indexació per a afavorir que els continguts lliures puguin ser accedits i usats. En aquest sentit, ja disposem d'algunes tecnologies interessants com són les xarxes P2P que són el millor sistema de distribució que existeix en l'actualitat. Aquestes xarxes no haurien de ser criminalitzades ni posades en escac ja que són elements bàsics de les economies basades en el procomú. Compartir és un element crucial de les economies del procomú, per això el dret a compartir amb els teus parells ha d'estar garantit i en cap cas s'ha de criminalitzar la ciutadania per compartir béns de naturalesa cultural.

Aquestes són algunes de les raons per les quals vam considerar que tots aquells artefactes culturals i béns produïts amb fons públics haurien de ser retornats a la societat a través de la seva ubicació en el domini públic.

Per a aprofundir sobre el Domini Públic: [Carta per a l'Innovació, la Creativitat i el Accés al Coneixement](#) i el [Public Domain Manifesto](#)

Una altre aspecte a considerar, com indica [Magnus Eriksson](#), és que no hem de centrar-nos solament en la producció i l'accés a la cultura, sinó treballar en la producció col·lectiva de les infraestructures bàsiques que permetin operar a la Xarxa. La creixent privatització dels béns comuns no només afecta els continguts, sinó també les estructures i infraestructures que els permeten existir.

PART 3: MARC GENERAL D' ANÀLISI-ESTAT DE LA QÜESTIÓ

1. Context actual: Capitalisme cognitiu

Una sèrie de canvis que han tingut lloc en l'esfera econòmica, política i cultural han contribuït a possibilitar processos més democràtics de producció de coneixement alhora que han donat motiu perquè sorgissin agents poderosos que fan el possible per monopolitzar el coneixement produït.

El pas d'un model de producció de base fordista al denominat post-fordista ha vingut empès per diversos canvis en les formes d'estructurar la 'cadena de producció', on la informació i el coneixement han anat ocupant un paper central així com la necessitat de gestionar adequadament aquests recursos. La incidència de les tecnologies de la informació, l'optimització dels recursos per a una producció 'just in estafi', la prioritat competitiva d'ampliar l'oferta amb productes i serveis dirigits a diferents perfils de consumidor, etc. han estat alguns dels fenòmens que han pres un paper rellevant en aquest període de canvi.

La 'Nova Economia' ha anat practicant diferents estratègies (management, cultura corporativa, social media) amb l'objectiu d'extreure major rendiment d'aquest coneixement difús, convertit ara en una font de riquesa que és necessari explotar.

Per a crear valor, el capitalisme cognitiu es veu obligat a produir una falsa escassetat en plena economia de l'abundància. Les grans corporacions han buscat formes d'extreure beneficis del coneixement comú social o "general intellect": el crowd-sourcing, el crowd design o el clic-working en són exemples. Això situa les lleis de propietat intel·lectual i industrial en el centre del debat, ja que són els instruments centrals per a la privatització del coneixement, malgrat que moltes corporacions negaran l'origen col·lectiu d'aquest coneixement.

La noció de valor i propietat naturalitzada sota les patents o el copyright restrictiu estan en el pol oposat a allò demandem com societat civil.

[Per a més informació sobre l'aspecte legislatiu vegeu la [Carta per a la Innovació, la Creativitat i l'Accés al Coneixement](#) redactada al FCForum 2009. S'hi s'analitzen les reformes legislatives necessàries per a promoure una era digital beneficiosa per a artistes, ciutadans i emprenedores.]

2. Competició vs cooperació

El sistema capitalista s'apropia de la creativitat social amb l'objectiu de crear plusvàlues. Les externalitats positives que es generen no poden ser valorades de forma tradicional; la plusvàlua no es pot amidar exclusivament en termes de producció de mercaderies. [Yann Moulier Boutang](#) parla de "pol·linització", fent referència a l'activitat de les abelles com agents que distribueixen pol·len, i la seva pràctica productiva supera amb escreix l'activitat productora de mel.. Les abelles són una metàfora de la intel·ligència col·lectiva, l'activitat contínua de la qual genera plusvàlues que volen ser codificades i controlades a través de la propietat intel·lectual i industrial. Un exemple que il·lustra aquesta nova realitat és la pròpia Xarxa, on usuaris professionals i amateurs generen els continguts que són consumits per tots i totes. Les grans corporacions volen controlar la difusió, circulació i capitalització d'aquests continguts a través de diferents directrius i prohibicions que limitin el seu potencial transformador. Com indica [Konrad Becker](#), aquest coneixement col·lectiu ha de ser

interpretat com una característica d'un canvi social major i no com una peculiaritat d'un tipus de treball en concret.

De la mateixa forma que en el pas del feudalisme al capitalisme els terratenients anglesos van arrabassar els camps comunals als camperols a través d'una sèrie de processos legals (i no tan legals) que es van denominar encerclaments (enclosures), en el capitalisme cognitiu existeixen nous encerclaments que desfan el règim comunal del procomú digital.

Tal com assenyala [David Bollier](#), el lliure flux de coneixements en la xarxa no és percebut pel sistema capitalista com la base productiva que ha de romandre sota règim comunal (commons) sinó que adjudica un preu al seu accés. La lògica del lliure flux a cost zero es considera incompatible amb un model de negoci sostenible, malgrat que això no sigui la realitat que caracteritza la pràctica econòmica contemporània, com vam demostrar en aquest document.

Els nous models de negoci que entenen la producció col·lectiva com quelcom que ha de ser protegit i fomentat i no com un terreny a explotar prenen la cooperació com a règim natural del mercat. Les experiències més suggeridores i que han motivat diferents moviments que comparteixen aquesta naturalesa col·laborativa provenen de les comunitats de programari lliure. Com ja és popularment conegut, aquestes comunitats generen una producció col·lectiva que comparteixen sota llicències obertes, permetent l'ús i la modificació del codi sempre que es respecti la mateixa obertura en l'obra derivada. Això es desenvolupa sota una lògica viral que generalitza l'obertura en les llicències de totes les obres derivades. La producció total de codi conforma el procomú del programari lliure, produït, gestionat i optimitzat per tota la comunitat. Aquest procomú serveix de base per a diferents microempreses el model de negoci de les quals pot basar-se en serveis d'implementació i d'adaptació del programari a projectes concrets.

Com argumenta [Michel Bauwens](#) de la Fundació P2P, la lògica del peer-to-peer configura models de negoci basats en una producció col·lectiva. L'usuari passa a ser generador de valor, formant part d'un cicle virtuós de producció i consum del qual es beneficia.

Embardissada en un altre context, les indústries culturals tradicionals, que es mostren incapaces per entendre els reptes proposats per l'era digital, es nodreixen de la producció col·lectiva però no repliquen la lògica col·laborativa, sinó que imposen marcs d'apropiació sobre el procomú. Els lobbies de les indústries culturals s'assenten en la concepció de la cultura propietària (economia de l'escassetat) allunyades de la filosofia de la cultura lliure (economia de l'abundància).

Bibliografia

Més de 150 documents: [sustainable-models-for-creativity/bibliography](#)

Llicències

Aquest document està publicat sota una doble llicència, pots republicar-lo sempre que respectis una de les següents llicències:

- [Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported](#)
- <http://www.gnu.org/licenses/fdl.txt> GNU Free Documentation License 1.3:
<http://www.gnu.org/licenses/fdl.txt>

Adhesions

Ordre alfabètic:

1. [ALT1040/Eduardo Arcos](#)
2. [Johanna Blakley/Norman Lear Centre](#)
3. [David Bollier/Commons Strategy Group](#)
4. [Bufet Almeida Abogados](#)
5. Florencio Cabello, Facultad de Comunicación, Universidad de Málaga
6. [Centre for Internet and Society](#)
7. [CERSA/CNRS, Centre d'Études et de Recherches de Science Administrative](#)
8. [Creative Commons France](#)
9. [Abg.do Javier de la Cueva](#)
10. [EDRI](#)
11. [Enrique Dans](#)
12. [Derechos Digitales](#)
13. [Digitale Allmend](#)
14. [EFF, Electronic Frontier Foundation](#)
15. [David Evan Harris, Institute for the Future](#)
16. [Expansió de la Xarxa Oberta](#)
17. [FMA, Foundation for Media Alternatives](#)
18. [FriBit](#)
19. [Fundació Guifi.net](#)
20. [Fundación Karisma](#)
21. [Mayo Fuster Morell](#)
22. [Ricardo Galli](#)
23. [Global Lives Project](#)
24. [Gpopai](#), Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação da Universidade de São Paulo
25. [Hacktivistas](#)
26. [John Hendrik Weitzmann/CC Germany](#)
27. [Brain Holmes](#)
28. [Icelandic Digital Freedoms Society/Smári McCarthy](#)
29. [Institute for New Culture Technologies/Konrad Becker](#)
30. [IGOP, Institut de Govern i Polítiques Públiques de l'Universitat Autònoma de Barcelona](#)
31. [Dmytri Kleiner](#)
32. [Eric Kluitenberg/De Balie](#)
33. [Kunerbunt Cultura Independiente](#)
34. [La-EX.net \(exEXGAE\)](#)
35. [La Quadrature du Net](#)
36. [Ignasi Labastida/CC Espanya i Catalunya](#)
37. [Lab for Culture](#)
38. [Simona Levi](#)
39. [David K. Levine](#)
40. [Geert Lovink](#)
41. [Jeremy Malcolm/Consumers International](#)
42. [Mangas Verdes/Manuel Almeida](#)
43. [Yann Moulier Boutang](#), Professor of economics, University of technology of Compiègne, Superior School of Art and Design of Saint Etienne and National Superior School of Architecture of Paris-Malaquais
44. [Multitudes](#)
45. [Nagarjuna G.](#)

46. [Ningunterra.com/Mario Pena](http://Ningunterra.com/Mario_Pena)
47. [Open Data Network](http://Open_Data_Network)
48. [Open Rights Group](http://Open_Rights_Group)
49. [The Open Standards Alliance/Stefan Marsiske](http://The_Open_Standards_Alliance/Stefan_Marsiske)
50. Openwear.org
51. [P2P Foundation](http://P2P_Foundation)
52. Pangea
53. Panoptikon
54. Platoniq
55. [Red SOStenible](http://Red_SOStenible)
56. Roberto Santos
57. [Scambio Etico](http://Scambio_Etico)
58. SerpicaNaro.org
59. [Spiralia/Mariàngela Petrizzo](http://Spiralia/Mariàngela_Petrizzo)
60. [Felix Stalder](http://Felix_Stalder)
61. [Richard Stallman](http://Richard_Stallman)
62. [Alan Toner](http://Alan_Toner)
63. [Transform! Italia](http://Transform!_Italia)
64. [Telematics Freedom Foundation](http://Telematics_Freedom_Foundation)
65. Telenoika
66. [Universidad Nómada](http://Universidad_Nómada)
67. Vecam
68. Verkami
69. [José Luis de Vicente/ZZZINC](http://José_Luis_de_Vicente/ZZZINC)
70. Viquipèdia
71. Visualiza.info
72. [Vrijschrift.org Foundation](http://Vrijschrift.org_Foundation)
73. [Hilary Wainwright/Red Pepper/Transnational Institute](http://Hilary_Wainwright/Red_Pepper/Transnational_Institute)
74. Wikihow
75. [WIO, World-Information Institute](http://WIO,_World-Information_Institute)
76. YProduction

Si vols ajudar a difondre aquest document, simplement fes-lo teu i comparteix-lo per Internet. Envia'l també als responsables polítics, a ONGs, a les indústries culturals, als artistes, als productors ...

- *Si vols participar en la discussió per a les successives modificacions d'aquest document:*
fcforum_discussion@list.fcforum.net
- *Si vols escriure'ns: info@fcforum.net*