

HitRECORD: Cultura remix y copyright.

Una experiencia en primera persona en el interior de la Compañía de Producción hitRECORD.

TRABAJO DE FIN DE GRADO *práctico experimental.*

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Autor: Pablo Sabater Planelles

Tutor: Jon Dornaletetxe Ruiz

Segovia, 20 de julio de 2016



Universidad de Valladolid

RESUMEN:

El Proyecto que hemos desarrollado, mezcla investigación y experiencia en primera persona entorno a dos temas principales con la finalidad de abordarlos, experimentarlos y comprenderlos de la mejor manera en el contexto actual. Mantienen una estrecha confrontación entre ellos y gran relación con la comunidad online hitRECORD. Éstos son el copyright y la cultura remix.

HitRECORD es una plataforma online impulsada en el 2010 por el actor y artista Joseph Gordon-Levitt, convertida en una compañía de producción y colaboración abierta. Este caso revolucionario, constituye uno de los ejemplos más notorios en aprovechar la Web 2.0. Conecta artistas de todo el mundo para, producir contenidos colaborativamente y sin ningún límite a la hora de hacer remezclas digitales con contenido de otros usuarios de la comunidad.

Para acometer estos temas en un formato más atractivo, decidimos llevar a cabo una experiencia más enriquecedora. Convertirnos nosotros mismos en un protagonista más de este experimento interactivo y colaborar durante la realización del TFG en la comunidad creativa.

La intención era poder integrar este Proyecto en el portfolio personal, que fuese más allá de la versión escrita. Con vistas a obtener un futuro trabajo, se nos ocurrió recoger en un “video caso” toda la experiencia. Debido a la gran competitividad en el mundo laboral, este vídeo daría cuenta de quién soy y de qué soy capaz de hacer. Contextualizando los dos temas de investigación y capturando todo el proceso en el interior de la comunidad (meta reflexivo), recogeríamos en una única pieza: lo innovador del caso en relación a los temas de investigación, el proceso creativo, autoaprendizaje, mejores piezas y remezclas creadas, sus ideales, valores, el funcionamiento y evolución de la comunidad, etcétera.

PALABRAS CLAVE:

Comunidad online, hitRECORD, copyright, cultura remix, Joseph Gordon-Levitt, Web 2.0, remezclas digitales, comunidad creativa, video caso, portfolio, proceso creativo.

ABSTRACT:

The project we have developed involves research and first-hand experience to two main issues, that in order to address them, to experience them and understand them the best way in the current context. They have a close confrontation between them and great relationship with hitRecord online community. These two main issues are the copyright and remix culture.

HitRECORD is an online platform promoted in 2010 by the actor & artist Joseph Gordon-Levitt, turns around a production company and open collaboration. This revolutionary case is one of the most notorious examples to take the most advantage of Web 2.0. Connects artists from around the world to produce artistically content collaboratively, without any limits whatsoever when making a digital content remixing with other users from the community.

To undertake these ideas into a more attractive way, we have decided to create a more enriching experience. To become one more profile in this interactive experiment and also to collaborate in the creating of my own Final Degree Project.

The main intention is to try to integrate this Project in a personal portfolio, that is more than a written version. With the hope of getting a future job, we have decided to sum up all these experiences into a “video making”. Because of the huge competitiveness in this sector, this video will explain who I am and what I am capable to do. Including the two study cases of investigation and the processes in this community (meta-reflexive), I would sum it all up into an innovative case in relation to the study such as investigation, the creative process, the self-learning, the best remixes and media creations, the performance and the community evolution, their ideals, their values, etc.

KEY WORDS:

Online community, hitRECORD, copyright, remix culture, Joseph Gordon-Levitt, Web 2.0, digital content remixing, interactive experiment, video making, portfolio, creative process.

ÍNDICE

Capítulo 1. PRESENTACIÓN. 8

1.1	Introducción.	9
1.2	Justificación.	9
1.3	Estado de la cuestión.	11
	1.3.1 La Web 2.0.	11
	1.3.2 Prácticas de remezcla digital.	12
	1.3.3 La Compañía de Producción y Colaboración Abierta hitRECORD.	13
	1.3.4 Creatividad y Arte.	14
1.4	El objeto de estudio.	15
1.5	Objetivos.	16
	1.5.1 Objetivo principal.	16
	1.5.2 Objetivos secundarios.	16

Capítulo 2. MARCO TEÓRICO. 19

2.1	Historia del copyright.	20
2.2	Copyright vs. Copyleft.	24
2.3	Remix: concepto y término.	27
2.4	TIC: Las tecnologías de la información y la comunicación.	30
2.5	Cultura remix y hitRECORD como fenómeno innovador.	31
2.6	La creatividad y el arte colaborativo.	34

Capítulo 3. DESARROLLO DEL PROYECTO. 37

3.1	Método de trabajo.	38
3.2	Fases del proyecto.	39
3.2.1	Recopilación de información y registro en la web de hitRECORD.	39
3.2.2	Adquisición de conocimiento (Marco teórico).	41
3.2.3	Universo hitRECORD: comprensión del funcionamiento interno y externo.	42
3.2.4	Seguimiento en redes sociales.	46
3.2.5	Búsqueda continua de proyectos/retos dentro de hitRECORD.	47
3.2.6	Continuas colaboraciones con contenido propio.	49
3.2.7	Recopilación de material y edición en diversos proyectos.	51
3.2.8	Continuas colaboraciones con contenido de otros usuarios, remezclas digitales. .	53
3.2.9	Medir los resultados en el interior y exterior de la comunidad.	55
3.3	Video caso.	62

Capítulo 4. CONCLUSIONES. 63

Capítulo 5. BIBLIOGRAFÍA. 66

Capítulo 6. ANEXOS. 72

Capítulo 1

PRESENTACIÓN

1.1 Introducción.

A continuación, tiene ante usted un Proyecto singular. El Trabajo de Fin de Grado, más comúnmente denominado entre los estudiantes por sus iniciales, TFG, significan el fin de las enseñanzas superiores, y el paso al mercado laboral. Se espera del alumnado que demuestre las competencias y los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de aprendizaje.

Al haber disfrutado de una Beca Erasmus (Torino: 2013/2014) y una Beca SICUE (Barcelona: 2014/2015), en el Campus de Segovia cursé la parte más general del grado, las asignaturas básicas y obligatorias del primer y segundo curso. Gracias a eso, mi currículum académico y experiencia personal, difiere del resto de estudiantes del Campus “María Zambrano”.

Tras verme en la obligación de aplazar la entrega del TFG a este 2016, ante la falta de tiempo para su realización de una manera óptima, vi como una oportunidad alargar un año más el grado. Me propuse con mi Tutor hacer de este TFG mi propia carta de presentación. Un proyecto en el que quedarán recogidas y reflejadas mis habilidades, conocimientos, competencias, personalidad y motivaciones.

La mayoría de estudiantes optan por realizar un trabajo teórico de revisión o de investigación. En nuestro caso, la modalidad llamada práctico o experimental se ajustaba perfectamente a lo que queríamos hacer. Este quinto año académico, iba a estar destinado a realizar una “inmersión” en la cultura remix y el copyright. Nuestra fórmula iba a ser, compaginar la investigación para contextualizar y conocer toda la información relativa a nuestros dos temas de investigación, con la colaboración continua en la comunidad creativa en red hitrecord.org.

1.2 Justificación.

El *remix* no es ningún fenómeno novedoso de nuestra época. La historia de la humanidad está repleta de ejemplos en los que se toma algo anterior, para mezclarlo o fusionarlo, y

crear algo nuevo. Los propios romanos realizaron un *remix* cultural de los Griegos. Los estilos arquitectónicos siempre han sido remezclados en su estilo y aspectos formales. Podríamos enumerar ejemplos durante toda una vida...

Erróneamente, el *remix* hasta hace apenas varios años, estaba exclusivamente asociado a la música y se popularizó en géneros como el hip hop, el house o el pop. Esta nueva práctica cultural, suscitó que grandes discográficas viesan como criminales a estos productores musicales y DJ's.

No se puede hablar de la cultura remix sin Internet y la democratización de la tecnología. El paso de los años ha provocado que esta práctica se extienda más allá de la música. El público ha dejado de ser un actor pasivo. Junto al desarrollo de herramientas tecnológicas, como los software de edición, han preferido pasar a la acción y nuevas prácticas creativas han obtenido importancia a nivel cultural: *mashup*, *remix*, arte colaborativo, etc. Los remezcladores de hoy en día tienen acceso a texto, audio, imagen fija, vídeo, animación, etcétera (Knobel & Lankshear, 2011).

En cambio, los sistemas de copyright y las leyes de propiedad intelectual que siguen vigentes son de hace más de una generación. Los que hemos nacido entre 1981 y 1995 (*millennials*), hemos tenido y tenemos posibilidades muy distintas a nuestros progenitores. La forma de pensar, de comunicarnos, ver la vida, el mundo laboral y los hábitos de consumo han cambiado. Somos individuos que hemos crecido inmersos en la era digital y la tecnología forma parte de nuestra vida. ¿Deberíamos ver a toda esta generación como delincuentes a los que encerrar en una prisión?

HitRECORD¹ es un claro ejemplo sobre las nuevas posibilidades que ofrece Internet y la tecnología para producir arte colaborativo en proyectos variados (música, cortos, programa de televisión, animación, diseño gráfico, libros, etc.). Del mismo modo, ejemplifica cómo funciona el proceso creativo en el ser humano y la revolución que supone la Web 2.0 en la cultura y la sociedad. En esta comunidad creativa, se reúnen artistas de todo el mundo con los mismos ideales y el proceso creativo, de manera honesta,

¹ HitRECORD. Compañía de Producción y Colaboración Abierta creada por Joseph Gordon-Levitt, dirección de la comunidad online www.hitrecord.org.

se resuelve en torno a la remezcla.

Por estos datos y motivos expuestos, vimos justificado centrar el proyecto en la comunidad hitRECORD y realizar un “video caso” a modo de documental y con un fin didáctico. Esta experiencia en primera persona, serviría de nexo con los temas de investigación y demostraría de forma práctica los conocimientos y habilidades adquiridas en los cuatro años de grado, y también, durante la realización del propio Proyecto.

1.3 Estado de la cuestión.

1.3.1 La Web 2.0.

Vivimos en la era digital, la era de la Web 2.0². O’Reilly (2005) definió el término por primera vez con un artículo en la web, subrayando el cambio de paradigma que había sufrido Internet en su concepción y funcionalidades. Todo los servicios que disfrutamos hoy en día a través de Internet, son fruto de la evolución de la tecnología desde la invención de Tim Berners-Lee de la *World Wide Web* (WWW) en 1989.

Este avance en el mundo virtual, ha favorecido la aparición de oportunidades para llevar a cabo trabajo o arte colaborativo. Organizadas alrededor de comunidades virtuales, el número de aplicaciones, herramientas u plataformas que permiten la interacción y colaboración entre usuarios no para de crecer, y es hace un tiempo, la regla general (comunidades web, servicios web, aplicaciones, redes sociales, portales de alojamiento de vídeos/fotos/audios, wikis, blogs, *mashups*).

Ha cambiado nuestra relación con la información y la cultura, ahora somos parte de ella y cualquiera tiene voz para dar su opinión. La Web 2.0 permite a cualquier persona apropiarse y modificar cualquier producto cultural, generándose así una cultura de la mezcla. En la actualidad, cualquier persona que tenga acceso a un ordenador con conexión a Internet, puede crear una nueva obra combinando elementos musicales y audiovisuales de otras creaciones.

² El concepto surge de un *brainstorming* entre Tim O’Reilly, Dale Dougherty y MediaLive International en 2004.

1.3.2 Prácticas de remezcla digital.

La remezcla abarca desde un collage hecho con trozos de periódico, hasta la composición de piezas audiovisuales que podemos ver en YouTube. Las prácticas de remezcla en las artes nacen en las vanguardias del siglo XX (futurismo, dadaísmo, expresionismo, surrealismo, cubismo, arte pop, etc.) y se han convertido en prácticas de masas con el progresivo crecimiento de Internet y la tecnología. El *photoshopeo*, trailers de películas inventadas, mezclar imágenes con textos o una edición de vídeo al ritmo de una música, son algunas de estas nuevas prácticas de *remix* digital.

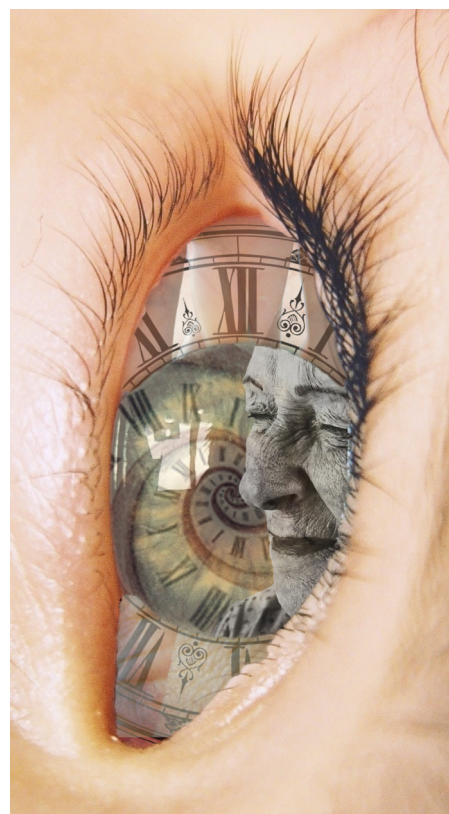


Figura 1. *Remix elaboración propia en hitrecord.org*

En 1982, el lanzamiento de Adobe System y el posterior desarrollo de Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, supusieron la popularización de las primeras herramientas de creación y manipulación de imágenes. La imagen digital e Internet dieron el impulso necesario para que llegase el arte digital, constituido en un medio ideal para su creación y difusión.

Este rumbo que ha tomado la cultura popular ha chocado con el ámbito económico. Plantea grandes desafíos para el derecho de autor y el copyright, haciendo patente la necesidad de revisar la legislación en el contexto actual. Esta legislación se está aplicando a los ciudadanos corrientes, traspasando el mundo profesional, ámbito para el que se crearon. Pero, a pesar de todo esto, la defensa del procomún³ y la creación colaborativa están más de moda que nunca.

³ En el movimiento a favor del software libre y la cultura libre, ha ganado aceptación la traducción castellana del término inglés “*commons*” como “procomún” (Lawrence, 2012).

Lafuente (2007) señala que es imposible evitar lo que es obvio: el procomún, los bienes comunes –los *commons*, en inglés– sostienen y son sostenidos por colectivos humanos.

1.3.3 La compañía de producción y colaboración abierta hitRECORD.

Lanzada en 2010 por Joseph Gordon-Levitt con su hermano Dan, hitRECORD es una productora colaborativa online que cuenta con más de 400.000 miembros. En 2005 comenzó como un pasatiempo y se ha convertido en la mayor comunidad virtual de artistas abierta a todo el mundo. El arte no puede poseerlo nadie, es libre, sin reglas, y esa es la base de hitRECORD.

Para protegerse ante posibles problemas legales, cualquier tipo de creación debe ser propia, con material de la comunidad o con elementos que pertenezcan al dominio público. Esta mecánica da lugar a una especie de dominio comunitario en el interior de la propia web, un banco de imágenes, vídeos, animaciones, diseños y textos en los que inspirarte. Dentro de la comunidad, cualquiera es libre de descargar y remezclar contenidos de otros usuarios. La dinámica consiste en crear proyectos entorno a un tema o concepto, mediante una *request* (solicitud) de alguien del *staff* o un usuario, se explica a cámara el tema de forma general para que dé pie a obras completamente diferentes.



Figura 2. *HitRECORD on TV*, dirigido por Joseph Gordon-Levitt

Dado el éxito, en el Festival Sundance de 2014, estrenan la primera temporada de *HitRECORD on TV*. Saltan a la pequeña pantalla en el canal Pivot con su programa de variedades presentado por el actor hollywoodiano. El show está basado en el proceso

revolucionario que se lleva a cabo en la web involucrando a la audiencia. Demuestra cómo la gente cuando le apetece y está unida, es capaz de generar piezas que hacen llorar y te ponen los pelos de punta. Gracias a la dirección, organización y mediación de Joseph Gordon-Levitt y su *staff*, se consiguen crear obras de arte colaborativas sin parar. En su primera temporada recibieron el Emmy a la excelencia creativa en medios interactivos.

En hitRECORD cualquier persona es bienvenida para ver, valorar y colaborar. Los contenidos se producen de forma colaborativa gracias a Internet, que ha eliminado todas

las barreras de control en la creación. Esta comunidad, reflejo del contexto actual, tiene un modelo de producción descentralizado y democratizado.

La comunidad de hitRECORD es uno de los mejores ejemplos de lo que se conoce como arte colaborativo. El autor ya no es un individuo, son un conglomerado de muchos artistas que se han convertido en prosumidores⁴. Este proyecto revoluciona el mundo de la creación audiovisual y se ha consolidado como la mayor comunidad de arte colaborativo online. El objetivo no es ganar dinero, en caso de hacerlo, se reparte 50/50 con los artistas que hayan contribuido. Apadrinan la frase de Walt Disney, “no hacemos películas para ganar dinero, ganamos dinero para hacer otras películas”.

Cabe destacar que en enero de 2016 han creado una nueva versión de la web para mejorar la experiencia de usuario. HitRECORD también ha llevado a cabo proyectos para la marca “LG” y para la “National Park Foundation” de EE.UU., con el lema #findyourpark.

1.3.4 Creatividad y arte.

El arte de crear está lleno de mitos. El ser creativo no es una cualidad que esté reservada a unos pocos genios. Una buena educación es fundamental para que cada niño pueda desarrollar el extraordinario potencial que posee.

“*Everything is a Remix*” (Ferguson, 2012) es un documental que presenta los conceptos básicos de toda creación -copiar, transformar, combinar-. Los grandes descubrimientos de la historia de la humanidad vienen de la combinación de creaciones anteriores. La propia web es una transformación y combinación de sistemas de protocolos ya existentes. En sus orígenes, incluso el gigante de la tecnología, Apple, calcó los sistemas que había desarrollado Xerox...

El complejo sistema de símbolos colectivos que todos reconocemos están a merced en la web para ser rebatidos y conferirles nuevos significados. Conceptos como *remix*, arte colaborativo o *mashup*, están estrechamente relacionados con la tecnología digital. El arte

⁴ Concepto introducido por el futurólogo Alvin Toffler en 1980 para describir la unión entre las funciones tradicionales del productor y el consumidor. El contenido generado por usuario, en este caso no comentan, crean. (Scolari, 2013).

a día de hoy, también es un conjunto de prácticas y actividades que está desarrollando parte de la sociedad e influyen en el mundo del arte y la producción cultural.

En sentido riguroso, el arte se ha encontrado históricamente en las galerías, museos, ferias, revistas especializadas, etc. En el siglo XXI, vemos como esto ha cambiado y ahora las obras maestras están más próximas. El *remix* se plantea como la ocasión de diálogo entre público (prosumidores) y arte.

1.4 El objeto de estudio.

Llegados a este punto, tras el análisis del estado de la cuestión, podemos extraer que hitRECORD se presentó como una gran oportunidad para conectar la parte teórica con la parte más práctica de este Proyecto. Llevando a cabo una experiencia de alrededor de un año en la comunidad, mostraría mis actitudes y aptitudes de forma más atractiva que con una versión escrita del caso.

Los temas de estudio de este trabajo no están ligados completamente con la publicidad y las relaciones públicas, a sí mismo, ya dejamos patente la gran importancia que han adquirido en el contexto global actual. Gracias a la parte experimental en la comunidad de hitRECORD y la realización del “video caso”, abarcamos tareas de producción, técnica fotográfica, postproducción, creatividad, diseño gráfico, realización. Esto nos permitiría ampliar el portfolio personal y recoger habilidades muy importantes para ocupar una futura plaza en un medio o productora audiovisual, inclusive hasta en una agencia de publicidad.

En el sector de la creación audiovisual no existe experimento parecido al de Joseph Gordon-Levitt. En este campo en el que se desarrolla nuestro objeto de estudio, las productoras convencionales siguen haciendo las cosas como toda la vida. En hitRECORD cualquiera es libre de poner su creatividad al servicio de la comunidad y colaborar con el resto de usuarios. Desarrollar mi propia creatividad y adquirir nuevas habilidades durante la colaboración en la comunidad era la clave para hacer de este proyecto algo único y original.

El contexto actual y la reducción de oportunidades laborales para los jóvenes, exige destacar por encima del resto con proyectos un poco insólitos. Con la realización de éste, podríamos conocer y medir en primera persona esta nueva forma de creación colaborativa online basada en el *remix*.

1.5 Objetivos.

El desarrollo de la experiencia en el interior de la comunidad hitrecord.org, viene estructurada con el propósito de acometer unos objetivos. Las habilidades adquiridas en los estudios deben quedar reflejadas y sustentarse sobre el previo conocimiento adquirido acerca de la cultura remix y copyright.

1.5.1 Objetivo Principal.

Producción de un “video caso” sobre hitRECORD y la experiencia: Esa es la razón principal por la que llevamos a cabo un Proyecto de estas características. Demostrando nuestra creatividad y aptitudes en hitRECORD para que en un futuro, cualquiera pueda ver la pieza final en mi *portfolio* online y conocer este experimento colaborativo. La pieza audiovisual, sería el clímax de todo el proceso. Un meta vídeo remix para conseguir demostrar mis aptitudes y cualidades de forma más atractiva ante el inminente salto al mercado laboral, y a la vez, que pueda incorporarse a mi cuenta personal en hitRECORD respetando las leyes de copyright a modo de despedida del grado y la propia comunidad.

Qué mejor final a mi carrera universitaria que documentar toda la experiencia del TFG en un “video caso”. El principal protagonista de la experiencia he sido yo en el interior de la comunidad de artistas. Era la mejor manera de conectar la parte teórica con la laboral y que un rutinario trabajo académico tuviese el potencial de venderme a mí mismo.

1.5.2 Objetivos secundarios.

De este objetivo principal, derivan unos cuantos objetivos secundarios, ahora bien, igualmente importantes de cumplir en el proceso para un perfecto desarrollo del Proyecto.

Conocer la cultura remix: En un trabajo de esta índole considerábamos igual de importante, paralelamente a la participación en hitRECORD, investigar el origen del término, sus acepciones, que ha favorecido que adquiriera más relevancia y la evolución que ha sufrido esta práctica con el avance de la tecnología. Libros académicos, artículos científicos y documentales han de servir para conocer esta nueva cultura de la mano de los principales investigadores y defensores de la remezcla y la cultura libre.

Descubrir la historia del copyright hasta la actualidad: Revisar desde la primera ley de copyright y propiedad intelectual, hasta el sistema global y nacional de regulación vigente, también ha de ser fundamental. Del mismo modo, lo ha de ser conocer diferentes corrientes de pensamiento, sus consecuencias y conflictos y las nuevas prácticas culturales que han surgido gracias a la evolución de las nuevas tecnologías.

Producir contenido propio y remezclado en hitRECORD: Para cumplir con el objetivo principal, es crucial la colaboración en diferentes proyectos/retos creando contenido propio en forma de fotografías, gifs, animaciones, editando vídeos o sonido. También, remezclar contenido de la comunidad en forma de edición de vídeo, diseño gráfico, edición de sonido o recomendando trabajo de otros usuarios.

Todo esto, siendo capturado en todo momento por el programa de screencasting, “Screenflow”, para recoger todo el proceso creativo, el funcionamiento de la comunidad, avances, repercusión, etc.

Conseguir remezclas de mi contenido por parte de otros usuarios: Con la subida de material propio y realización de remezclas, se pretende que otros usuarios puedan remezclar o inspirarse en mi trabajo.

Demostrar competencias y habilidades adquiridas: No se busca la creación de un “vídeo caso” por capricho personal... La experiencia debe fundamentarse sobre unos conocimientos teóricos para conseguir demostrar las competencias adquiridas durante los estudios de forma correcta, atractiva y más enriquecedora a nivel personal.

Mejorar y adquirir nuevas habilidades: El ser humano nunca deja de aprender. A través de la práctica es como mejor interiorizamos los conocimientos. Mejorar en el manejo de los programas de edición del paquete Adobe (Photoshop, Lightroom, InDesign, Premiere, Audition, Illustrator), mejorar en el aspecto fotográfico, en edición, en diseño gráfico, en organización o aprender nuevas técnicas, como el cinemagraph, son objetivos que tienen cabida en este Proyecto.

Adquirir una cierta relevancia en el interior de la comunidad: Aunque se trate de una tarea ardua complicada, lograr medir la repercusión de mi trabajo en la comunidad, lo consideramos clave. Mediante el análisis del número de recomendaciones/comentarios de otros usuarios en mis piezas, visualizaciones, remezclas de otros usuarios con mi contenido o repercusión en las redes sociales de hitRECORD conseguiremos extraer una conclusión lo más cercana a la realidad.

Demostrar perfil multifuncional y ampliar currículum creativo: Documentando toda la experiencia y los temas principales, conseguiremos destacar nuestras fortalezas fundamentales. Además, ampliaremos el *portfolio* personal con todo el contenido creado y daremos cuenta de quién soy y qué puedo llegar a hacer.

Capítulo 2

MARCO TEÓRICO

2.1 Historia del copyright:

Como dejamos entrever en algún momento anterior del trabajo, las nuevas tecnologías han propiciado una revolución en las formas de acceso y difusión del conocimiento. El gran número de ordenanzas jurídicas no responden con exactitud a los problemas reales y generan una inquietud jurídica en los autores y la sociedad.

Antes de nada, nos ha parecido fundamental hacer un recorrido por la historia del copyright y los derechos de propiedad intelectual. El concepto de autor y la existencia del copyright son efectos secundarios de la invención de Gutenberg de la imprenta. Supuso una gran revolución social, como la que está produciendo Internet, aunque de forma más lenta.

El Estatuto de la Reina Ana promulgado en 1710, consistió en la protección de 21 años a las obras publicadas antes de 1710 que, en el caso de las nuevas, se limitaba únicamente a 14 años. (García, 2014) La primera ley de copyright moderna surgió en el mundo anglosajón para corregir los problemas existentes que derivaban de la explotación literaria. Al gremio de impresores y libreros de Londres (*Stationers' Company*) no le pareció suficiente, no asumían que sus obras pudiesen pasar a dominio público (situación en la que quedaban las obras tras expirar la protección de derecho de autor). Paradójicamente, el copyright y el dominio público nacieron a la vez para terminar con el monopolio de la edición de libros. De la presión de estos gremios al Parlamento Británico para ampliar la protección, la guerra se trasladó a los tribunales.

En países del sur de Europa como España o Italia, la Iglesia ha tenido el poder de decisión sobre lo que se publicaba o no, siendo un problema para difundir nuevas ideas o corrientes de pensamiento. En la Italia del siglo XVI, Elías (2015) explica el caso de Giordano Bruno, perseguido por la Inquisición. Tramaron un complot para atraer a Bruno desde países más libres como Inglaterra y Alemania, donde Bruno había desarrollado y publicado su pensamiento científico sin mayores problemas. [...] Las ideas de Bruno sobre el universo, la materia o la energía fueron visionarias, e incluso influyeron en el siglo XX en Heisenberg o Einstein, pero en el XVI aterrorizaron a los cardenales, y ellos eran el poder.

Volviendo a la *Stationers' Company*, recibió un duro golpe en 1774. A Alexander Donaldson lo podemos considerar uno de los primeros “piratas” de libros que ganó una sentencia tras recurrir a la Cámara de los Lores. Donaldson publicaba obras en dominio público y ya había recibido demandas anteriormente. Para responder a estas demandas, el escocés, se trasladó a Londres y publicó una versión de *The Seasons* de Robert Taylor. Automáticamente fue demandado, y tras perder en primera instancia, recurrió y venció.

Legal y formalmente, el concepto jurídico de <<dominio público>> fue introducido a partir de este caso, en el cual se negó la idea de un copyright perpetuo. Actualmente, todos los debates en los que se discute sobre qué tiempo de protección es el adecuado, tiene origen en esta sentencia de 1774. (Domínguez, Martínez, Sádaba, Rowan & ZEMOS98, 2013)

En Francia, la *Declaración de los Derechos del Genio* en 1793 terminó con la censura, privilegios, gremios y monopolios del Antiguo Régimen. Domínguez et al. (2013) apunta como previamente, en 1791, el diputado M. De Boufflers, propone que se reconozca como propietario de un invento a su inventor. [...] En 1791, sus reclamos fueron atendidos, siendo por primera vez designado en una ley francesa el derecho de un inventor como <<propiedad>>.

En España, la Inquisición instaurada por los Reyes Católicos en 1478 fue quien ejerció la censura y represión contra las ideas de la Ilustración y la Revolución Francesa. Los autores del Siglo de las Luces (Quevedo, Lope de Vega, Cervantes) tuvieron que pasar el filtro del Consejo Real para recibir el permiso de publicar sus obras y algunos autores tuvieron que publicar manuscritos de forma anónima para evitar la persecución de la Inquisición.

La Constitución de 1812 acabó con la censura. Es cierto que dos años después con la Restauración de Fernando VII se volvió a instaurar la Inquisición, pero en 1834 al morir el Rey, estas primeras regulaciones se recogieron en la Constitución de 1837, pactada por los liberales en el seno de la I Guerra Carlista. (García, 2014) Con el reinado de Isabel II, en 1847, se reconocieron los derechos de autor con la *Ley sobre la propiedad literaria*, aunque no se limitaba únicamente a libros o obras dramáticas. Debido a la Restauración

Borbónica, en 1879 con el reinado de Alfonso XII, se publica una ley específica de propiedad intelectual.

En la Ley de Propiedad Intelectual de 1879, base de la regulación de la propiedad intelectual en España hasta 1987, se creó el marco definitivo de derechos de autor para las obras literarias, ensayos, discursos parlamentarios, traducciones, obras dramáticas y musicales, periódicos, pinturas y esculturas. En esas mismas fechas cobraba importancia el derecho internacional en la propiedad intelectual: España firmó en 1886 el *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*, e intentó atender las demandas de los editores sobre las ediciones realizadas en América. (García, 2014)

Al otro lado del atlántico, en los Estados Unidos de América de 1790 se aprobó la *Copyright Act*. Se trataba de una adaptación del *Statute of Anne* del mundo anglosajón para regular el nuevo territorio americano. La única singularidad con respecto a la ley británica era que cualquier libro que hubiese sido editado en el extranjero pasaba a ser dominio público de inmediato.

El primer convenio internacional que se elaboró no versó sobre propiedad intelectual. Se firmó en 1883 en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, el primer tratado para la protección de patentes, marcas y diseños industriales. No fue hasta la Exposición Universal de 1878 que se empezó a forjar el reconocimiento internacional de la propiedad intelectual. Victor Hugo era presidente honorífico de la *Association Littéraire et Artistique Internationale (ALAI)* y fue crucial para que en 1886 Alemania, Bélgica, España, Francia, Reino Unido, Haití, Italia, Liberia, Suiza y Túnez se fundase la “Unión Internacional para la Protección de Obras Literarias y Artísticas” (también nombrada Unión o Convenio de Berna). Supuso el primer acuerdo que regularía la propiedad intelectual a nivel internacional y tuvo un papel armonizador dando lugar a nuevas nociones y conceptos sobre los derechos de autor que anteriormente no se recogían. (Miró, 2014)

Los EE.UU. se mantuvieron ajenos a este convenio. Llevaron a cabo un intenso debate sobre el reconocer o no la protección de las obras de autores extranjeros. Las presiones de economistas y editores hicieron que la *International Copyright Act* de 1891 protegiese los productos del propio país. En el momento en que empezaron a proliferar autores de

éxito en EE.UU. comenzaron a firmar convenios y acuerdos internacionales hasta llegar a firmar el Convenio de Berna en 1989. En 1998, el presidente Clinton firmó la *Sonny Bono Copyright Term Extension Act*. Ampliaba la protección hasta los 70 años después de la muerte del creador. Este proyecto fue presionado por las grandes empresas como Disney o Warner, llegando a conocerse como la ley de protección de Mickey Mouse.

La creación de la *Bureaux Internationaux Réunis pour la Protection de la Propriété Intellectuelle (BIRPI)* sirvió para gestionar los tratados internacionales sobre propiedad intelectual e industrial. Como consecuencia de las sucesivas revisiones del *Convenio de Berna*, los diferentes países firmantes fueron creando marcos legales ligeramente diferentes. Una de las diferencias fueron los derechos morales (autoría de la obra o derecho del autor a que la obra no se mutile), en el escenario europeo fueron reconocidos desde 1928, pero no en EE.UU. y el Reino Unido. Después de la II Guerra Mundial se acordó la Declaración Universal de los Derechos Humanos, firmada en 1948, donde se reconocieron los derechos de autor como un derecho humano. (García, 2014)

En la actualidad, la única entidad española de gestión que asume la representación y gestión de los derechos de autor en España y el extranjero, es la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) fundada en 1941. Las entidades de gestión en nuestro país y otros, como ocurre hoy en día, fueron impulsadas para favorecer los intereses de grandes conglomerados corporativos. La ley que tenemos vigente en España, es la Ley de Propiedad Intelectual aprobada en 1996.

Por tanto, podemos extraer de este breve recorrido por la historia del copyright que, la protección no nace para proteger a los autores. En realidad, este tipo de leyes surgieron debido a que la imprenta era una industria cara y a los que había que proteger era a los empresarios que copiaban estas obras. En la era de Internet, ocurre un paralelismo similar en el que los autores reciben un porcentaje mínimo de su obra. Hoy en día, la gran mayoría de obras bajo copyright están bajo las mismas manos (Warner Bros, Walt Disney, Universal Pictures, editoriales, discográficas).

Stallman dice: *“Que las empresas tengan especial influencia en la política significa que la democracia está enferma. El propósito de la democracia es asegurarse de que los ricos no tengan una influencia proporcional a su riqueza. Y si tienen más influencia que tú o*

que yo, eso significa que la democracia está fallando. Las leyes que se obtienen de esta forma no tienen autoridad moral, sino la capacidad de hacer daño.”

También, el concepto y valor de un autor se disparó. La palabra escrita adquirió más importancia, más poder, que lo que cualquiera pudiese decir por la boca. Es en estos momentos cuando surge, desde nuestro posicionamiento, la falsa concepción de que las ideas tienen dueño, van firmadas y deben estar protegidas.

2.2 Copyright vs. Copyleft.

Con Internet y las nuevas tecnologías se produce un enorme cambio de paradigma. Se dan casos en los que se producen productos culturales de mejor calidad que las producidas por los expertos. Internet propicia que la autoría de las obras sea un proceso abierto y colaborativo.

Para hablar del movimiento de cultura libre hemos de hablar, sin lugar a dudas, de Lessig Lawrence (Creative Commons) y Richard Stallman (software libre). Hoy en día, términos como copyleft, Creative Commons o la *General Public License (GPL)* no son desconocidos, gracias en parte, a estos dos personajes.

La licencia más usada y restrictiva sigue siendo el copyright, por la que el autor de la obra tiene el derecho a utilizarla o ceder el permiso a un tercero. Como la *Sonny Bono Copyright Term Extension Act*, en España según el artículo 26 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril sobre propiedad intelectual, después de 70 años de la muerte del autor la obra pasa a dominio público.

Como indica Manovich (2013), a pesar de las habituales declaraciones de que la revolución digital es al menos igual de importante que la invención de la imprenta, a grandes rasgos desconocemos cómo y quiénes inventaron la pieza principal de esta revolución: el software de medios. Igual que no desconocemos nombres como el de Gutenberg, los hermanos Lumière o Buñuel, es interesante conocer a Licklider, Sutherland, Nelson, Engelbart, Kay y sus colaboradores. Fueron los que entre 1960 y 1978 convirtieron los ordenadores en las máquinas culturales que son hoy en día.

A principios de los 80, Richard Stallman impulsó una comunidad a favor del software libre, basada en el copyleft. Como ocurrió con el *Statute of Anne*, la aplicación del copyright al software generó una respuesta legal para poder preservar ciertas libertades a la hora de compartir y mejorar el código. (García, 2014) Con la fundación en 1985 de la *Free Software Foundation*, en 1989, surgió una licencia libre para software, la *General Public License (GPL)*.

Stallman y la *Free Software Foundation* establecieron que un software considerado libre tenía que cumplir como recoge García (2014) en su libro “*¿Por qué Marx no habló de copyright?: la propiedad intelectual y sus revoluciones.*” :

- 0. La libertad de usar el programa, con cualquier propósito.
- 1. La libertad de estudiar cómo funciona el programa y modificarlo, adaptándolo a tus necesidades.
- 2. La libertad de distribuir copias del programa, con lo cual puedes ayudar a tu prójimo.
- 3. La libertad de mejorar el programa y hacer públicas esas mejoras a los demás, de modo que toda la comunidad se beneficie.

Manovich (2013) introduce el término “remezclabilidad profunda” para describir el *mashup* que llevan a cabo los diseñadores de software cuando remezclan no tan solo el contenido de los distintos tipos de medios, sino también sus técnicas, métodos de trabajo y formas de representación y expresión fundamentales.

Debido a las sucesivas revisiones en la duración del copyright del gobierno estadounidense, la respuesta que originó fue la del movimiento de la cultura libre. Lessig Lawrence, experto en derecho institucional y defensor de la práctica del *remix*, fue crítico con los continuos aumentos de los plazos de protección de las obras. En 2001 con estos ideales, Lessig Lawrence funda Creative Commons. Se trata de la licencia más extendida en la actualidad de tipo copyleft. Con Creative Commons es el autor quien decide el tipo de protección que quiere dar a sus obras. En el campo digital la protección de contenidos digitales bajo esta licencia es una decisión del usuario, decide de qué manera permite que utilicen y distribuyan esa información.

Según De la Cueva (2015) el título de Creative Commons hace referencia a los bienes comunales desde los que se puede crear, tomando como base la cultura y fundamentándose en la tesis de que ninguna obra es absolutamente original, sino que siempre toma elementos de su entorno o del pasado y que en nuestra historia hace referencia al denominado procomún.

Se pueden generar hasta 6 combinaciones (Figura 4) de licencias Creative Commons⁵, las condiciones pueden ser:



Figura 3. Iconos condiciones Creative Commons.

- Reconocimiento: En cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia hará falta reconocer la autoría.
- No Comercial: La explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.
- Sin obras derivadas: La autorización para explotar la obra no incluye la transformación para crear una obra derivada.
- Compartir igual: La explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.

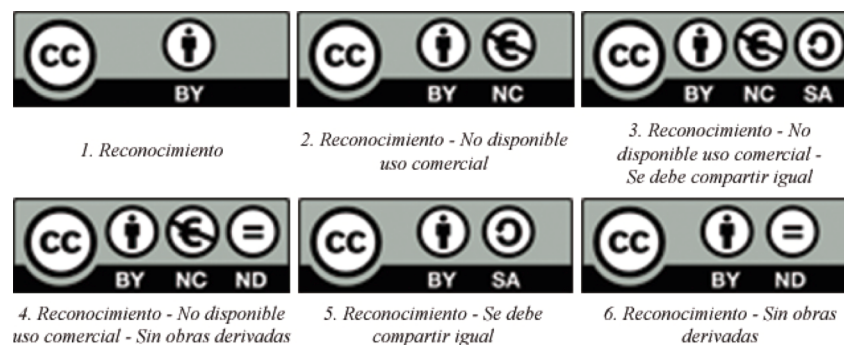


Figura 4. Combinaciones posibles de las licencias Creative Commons.

Como señala Artatxo (2008), Lessig defiende que este proyecto no va contra la propiedad

⁵ Fuente: <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

intelectual, sino contra la rigidez del sistema tradicional de propiedad intelectual, planteando una apertura de dicho ámbito de exclusiva, buscando redefinir la dicotomía cerrado/abierto, y repensando un nuevo equilibrio entre autores y personas usuarias.

Podemos ver como, tanto el copyright como el copyleft, reconocen al autor de un derecho de protección intelectual sobre su creación. La gran diferencia entre ambas licencias que podemos observar, es que el copyright reserva todos los derechos y el copyleft solamente algunos están reservados, como por ejemplo en las licencias Creative Commons mencionar la autoría. Feltrero (2003) señala que con el copyleft se asegura que cualquier obra derivada debe ser también copyleft y, por tanto, va a poder ser usada y modificada libremente por lo demás programadores y usuarios.

2.3 Remix: concepto y término.

Jenkins (2008) afirma que, el relato de las artes estadounidenses en el siglo XIX podría contarse en términos de mezcla, adaptación y fusión de tradiciones populares tomadas de diversas poblaciones autóctonas e inmigrantes.

Carr (2014) indica que el ordenador o celular se ha convertido en nuestra herramienta universal para navegar, manipular y entender el mundo, tanto en sus manifestaciones físicas como sociales.

Como señalan Knobel & Lankshear (2011), si consideramos que las diferentes modalidades del remix (nueva mezcla) constituyen formas nuevas de escritura popular, debemos distinguir entre el remix como un concepto general que describe el *modus operandi* de una práctica cultural tan antigua como los mismos humanos, del remix referido a una voz o término que en los últimos tiempos ha adquirido relevancia en la cultura popular y que va a asociado a una amplia variedad de actividades cotidianas en las que la tecnologías digitales cobran cada vez mayor protagonismo.

De este breve fragmento, podemos extraer como vimos en algún momento anterior del trabajo, que fusionar o combinar ideas para producir nuevos resultados creativos ha sido un método de creación común en toda la historia. A la propia cultura la podemos ver

como un *remix*. Lethem (2008) nos transmite algunos de estos ejemplos, hay notables plagios que vinculan a *Píramo y Tisbe* de Ovidio con *Romeo y Julieta* de Shakespeare y *Amor sin barreras* de Leonard Bernstein. O la descripción que hace Shakespeare de Cleopatra, copiada casi palabra por palabra de la vida de Marco Antonio escrita por Plutarco y después tomada también por T.S. Elliot para *La tierra baldía*. Si éstos son ejemplos de plagio, entonces queremos más plagio.

En los últimos años, la práctica del *remix* que en un origen estaba asociada exclusivamente a la música, se ha extendido más allá de los aspectos meramente musicales. La revolución digital, la Web 2.0 y la tecnología ha favorecido que cualquier persona tenga acceso a todo tipo de contenido digital. Mediante las herramientas digitales, cualquiera puede crear discursos con nuevos significados a través de imágenes, música, vídeo o animación. Ya no es necesario saber tocar un instrumento para hacer música. Paralelamente a estas prácticas, se ha ido tejiendo una polémica jurídica con diversas batallas legales ante la apropiación de materiales bajo copyright.

Como señala Planas (2008), la revolución es total e integral, afecta a todos los sectores económicos, sociales, incluidos el cultural. Desde la música, pasando por el audiovisual (cine, televisión, videojuegos), editorial, teatro... Todo el sector cultural, también, está abducido dentro de este gran centrifugado digital, del cual se espera que salga un nuevo modelo de negocio o reformulación del presente.

Lawrence (2012) diferencia dentro de la cultura entre dos diferentes tipologías. La cultura de solo lectura (SL), aquella que simplemente consume los productos culturales de mano de los profesionales. Los artefactos de consumo son producidos por unos pocos profesionales y dirigidos al gran público. Después nos encontramos con la cultura de lectura/escritura (LE), aquella en la que los consumidores desean dar su punto de vista o reinterpretar estos artefactos con las mismas herramientas que los profesionales. Como señala, la actual legislación de copyright ampara las prácticas de la cultura SL y se opone a las de la cultura LE. Presenta como algo deseable la idea de una cultura *remix*.

Knobel & Lankshear (2011) indican las formas actuales más populares de *remix*:

- *Remixes* de “photoshopeo”.
- *Remixes* musicales.
- *Remixes* de vídeos musicales hechos por fans.
- Video musicales de anime.
- *Remixes* de machinima.
- *Remixes* de videojuegos.
- *Fan art* de manga y anime.
- *Remixes* de televisión, películas o libros.
- Aplicaciones web híbridas o *mashups*.

Gregg Gillis, conocido con el alias de “Girl Talk”, es un músico que se dedica a hacer *mashups*, recorta y edita pequeños muestreos musicales de canciones para lograr nuevas composiciones, distintas de las originales pero que son en todo momento podemos reconocer. Visto como un criminal por la industria, solamente preocupados por cobrar los derechos de copyright, en el documental “*RIP: A Remix Manifesto*” (Gaylor, 2008), llega a sostener que el *sampling* es un instrumento y en el futuro mirarán hacia el pasado sorprendidos por cómo condenaban que alguien mezclara dos canciones.

A nuestro parecer, en el futuro más cercano los responsables pertinentes han de encontrar una solución lo más legítima posible en el ordenamiento jurídico para estas nuevas prácticas de los ciudadanos. No se trata de que gane solo la cultura de lectura/escritura. Se debe encontrar la manera en que se garantice el acceso democrático a los recursos y que el autor siga recibiendo el reconocimiento por su “creación original”. La época tecnológica que vivimos se diferencia considerablemente del momento en que fueron redactados los regímenes de copyright. Hoy en día, el *remix* forma parte de la cultura popular, cualquiera tiene las herramientas necesarias y puede aprender las habilidades técnicas para crear nuevos contenidos culturales. Debemos incentivar el copyleft, proteger el dominio público para asegurar el libre intercambio de ideas, el futuro del arte y de la cultura.

Tenemos ante nosotros el reto de construir otra democracia y otra cultura. Donde las personas puedan participar en la creación y recreación de la cultura a nuestro alrededor. Lo que afirma Lessig Lawrence que hemos sido durante toda la historia excepto en el siglo XX. En Disney podemos encontrar el caso más iluminador, tomó obras que estaban

en el dominio público y las adaptó a la época. Walt Disney fue un artista del muestreo, en cambio, en la actualidad es imposible utilizar la imagen del ratón más conocido del planeta. Con la presión de esta corporación, los derechos de autor se ampliaron considerablemente y todo lo que se suponía que podía usarse para remezclar pasó a estar prohibido. Si hoy en día, deseas hacer arte a partir del dominio público se deben buscar obras anteriores a 1931.

En definitiva, si deseas ser un artista del muestreo como Walt Disney trabajarás de manera ilegal. Hay que darse cuenta que compartir ideas es beneficioso para todos.

2.4 TIC: Las tecnologías de la información y la comunicación.

En este marco teórico, no podíamos obviar el uso cada vez más generalizado de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (en adelante TIC). Para tratar de comprender la sociedad actual y las enormes transformaciones sufridas en casi todas las áreas de la vida cotidiana, es imprescindible comprender qué entendemos por TIC en la actual Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Aunque no existe una definición consensuada en cuanto a qué entendemos por TIC, Tello (2007) las define como un término que contempla toda forma de tecnología usada para crear, almacenar, intercambiar y procesar información en sus varias formas, tales como datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y otras formas, incluyendo aquéllas aún no concebidas. En particular, las TIC están íntimamente relacionadas con computadoras, software y telecomunicaciones.

El progresivo avance tecnológico ha provocado la revolución digital. Internet ha hecho que nos encontremos ante una revolución cultural comparable a la de la imprenta, pero que ocurre de forma más rápida y afecta a muchos más humanos. Se ha convertido en mucho más importante el actualizarse y reaprender durante toda la vida debido a que el cambio es la constante. Las fronteras se han eliminado, se facilita la enseñanza y el aprendizaje, la información está totalmente accesible, etc.

Como indica Castells (2005), la Era de la Información es un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad.

Vemos cómo las TIC han acercado los artefactos culturales que antes de la digitalización se mantenían sagrados e inmutables. La convergencia entre las nuevas tecnologías y iniciativas como la de hitRECORD dejan patente el avance de los formatos digitales que permiten el acceso, manipulación e interacción mediante las TIC. Las plataformas y servicios que ofrece la Web 2.0 junto con la tecnología digital, ha propiciado que surjan diversas tipologías de *remix* como vimos en el apartado anterior.

Jenkins (2008) advierte que la convergencia mediática es más que un mero cambio tecnológico. La convergencia altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público. La convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios. Tengan bien presente que la convergencia se refiere a un proceso, no a un punto final.

Leer y escribir ya no es suficiente, o al menos, no es lo suficientemente atractivo para un segmento de la población que prefiere conformar discursos con mezclas musicales, de imágenes o vídeo. En países en vías de desarrollo, o incluso, en nuestras mismas comunidades, se dan diferencias entre las posibilidades de acceso o habilidades que tiene la población con las TIC. Esta diferencia se conoce como “brecha digital”. La brecha digital puede ser causa de exclusión en la Sociedad de la Información y la Comunicación. Es decir, se crean desigualdades de oportunidades en el acceso a la información, el conocimiento y la educación en los ciudadanos, instituciones o países.

2.5 Cultura remix y hitRECORD como fenómeno innovador.

La red digital (Scolari, 2008) permite el intercambio de contenidos entre miles de sujetos rompiendo con el modelo uno-a-muchos que caracterizaba el broadcasting; por otro, la

estandarización y abaratamiento de la tecnología ha puesto en las manos de millones de usuarios instrumentos sencillos y fáciles de usar para la creación y manipulación textual.

En hitRECORD, el *remix*, trabajar colectivamente en la comunidad virtual, dar lo mejor creativamente de uno mismo en lo que mejor sabe hacer, es fundamental. Al formar parte de la comunidad pasas a formar parte de un universo de valores e ideales. La remezcla es parte fundamental para producir los mejores contenidos creativos.

Es evidente que la nuestra es la cultura del remix (Manovich, 2013). Como consecuencia de la revolución tecnológica y las redes de Internet, el *remix* se ha convertido en una práctica de masas alrededor de comunidades virtuales. Pero el *remix* va más allá, tiene cabida en todos los aspectos de la vida cotidiana, y incluso, este trabajo se construye también a partir de citas de autor que ayudan a construir y sostener mi argumentación.

El trabajo en red, a distancia, colaborativamente compartiendo imágenes, sonidos, textos o videos de manera instantánea con muchas personas es posible gracias a Internet. Internet y la Web 2.0, permiten como vemos en hitRECORD, que los consumidores pasen a ser prosumidores y que no se limiten a observar pasivamente los contenidos que pueden ser ideados para ellos, ahora interactúan y colaboran entre sí. Prosumidor es un concepto introducido por el futurólogo Alvin Toffler en 1980 para describir la unión entre las funciones tradicionales del productor y del consumidor (Scolari, 2013).

HitRECORD es el fiel reflejo de esta democratización de los medios técnicos que son necesarios para colaborar en la producción de contenidos digitales en entornos como las comunidades virtuales. Asistimos al máximo estandarte de la creación colectiva y representa de la mejor manera el modo en que se crea y recrea. Este proyecto cuenta con una gran comunidad que se siente parte del proyecto, una comunidad activa, que es partícipe, activa en la creación. Jenkins (2008) señala que la nueva cultura del conocimiento surge a medida que nuestros vínculos con formas previas de comunidad social se van rompiendo y surgen nuevas formas de comunidad en red, que se mantienen unidas mediante la producción mutua y el intercambio de conocimientos.

En todo el mundo, hay personas creando cosas a partir de elementos ya existentes que pueden estar incumpliendo alguna de las leyes de copyright. Iniciativas como la de

Creative Commons intentan dar protección y apoyar a los autores para difundir sus trabajos cediendo algunos derechos y defendiendo la cultura libre. Es en hitRECORD donde se puede colaborar, interactuar y poner en común para que otros lo modifiquen, complementen, reinterpreten, etc. Cuando se lleva a cabo una idea en la comunidad, el equipo de hitRECORD puede comercializarla y los usuarios acaban recibiendo una bonificación monetaria. Un ejemplo es el corto “*First Stars I see tonight*”. La historia, el guión, audio y animaciones las hicieron personas de diferentes lugares del planeta.

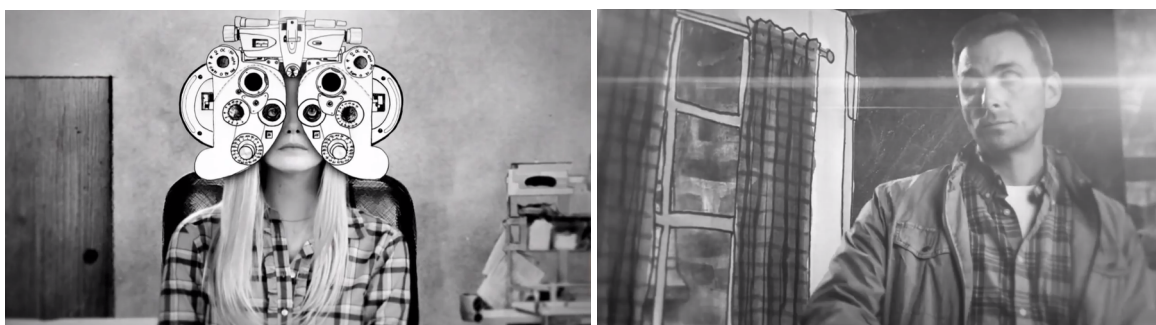


Figura 5. Fotogramas extraídos del corto producido por la comunidad de hitrecord.org, “*First Stars I see tonight*”, incluido en el primer episodio de *HitRECORD on TV*.

La actividad que se desarrolla en hitRECORD no es un trabajo para los usuarios, se trata más de un juego para la creación, la diversión, desarrollar la creatividad y la inteligencia colectiva. Por inteligencia colectiva, término de Pierre Levy, nos referimos a la capacidad de las comunidades virtuales de estimular el conocimiento y la pericia de sus miembros, a menudo mediante la colaboración y deliberación a gran escala (Jenkins, 2008).

El proceso creativo dentro de la comunidad se resuelve alrededor de un *remix* colaborativo. A lo largo de estos 6 años, desde su creación, la gente que se ha sumado a este proyecto ha ido a más. Se trata de uno de los proyectos más innovadores en cuanto a la participación y creación audiovisual, cada persona es un artista. En ella puedes aprender mucho del trabajo de otros, en un segundo plano queda la posibilidad de ganar dinero. El programa, *HitRECORD on TV*, sirvió para hacer más visible el concepto global y mostrar valores como la creatividad, compañerismo y alegría. A medida que el número de seguidores aumenta mejora la calidad del contenido y las contribuciones.

2.6 La creatividad y el arte colaborativo.

Durante toda la realización del proyecto, en la selección del tema, su planificación, enfoque, ejecución, redacción y producción, la propia creatividad ha sido una herramienta fundamental para poder llegar a sorprender y cautivar al futuro público de este TFG. Además, en hitRECORD, como hemos contado, se posibilita el trabajo entre muchas personas y eliminando las fronteras geográficas, se producen piezas que se pueden considerar como resultado del arte colaborativo.

Han surgido nuevas expresiones artísticas y culturales que cobran especial relevancia con la popularización de Internet y los medios sociales. La cultura digital constituye un potente vehículo para la democratización en el acceso a los medios de producción, intercambio y consumo de arte (Fossati & Gemetto, 2012).

Pero, ¿qué es la creatividad? Deriva del latín *creare* y pertenece a la familia de la palabra *crescere*. Podemos encontrar innumerables definiciones y casi todas ellas presentan confusiones semánticas. Csikzentmihályi (2006) sostiene que la creatividad es el resultado de la interacción de un sistema de tres elementos, lo que él denomina el modelo de sistemas y que ha tenido gran difusión en los estudios sobre creatividad:

- *El campo*: Una serie de reglas y procedimientos simbólicos que contiene la cultura.
- *La persona individual*: Una persona que aporta novedad al campo simbólico.
- *El ámbito*: Un ámbito de expertos que reconocen y validan la innovación.

El proceso creativo lo divide en 5 fases:

1. Preparación o inmersión.
2. Periodo de incubación.
3. La intuición.
4. La evaluación.
5. La elaboración.

A menudo, se vincula la creatividad con la genialidad de una persona que ha sido capaz de hacer un descubrimiento de carácter original en un determinado momento como por arte de magia. Como defendemos en este proyecto esta acepción de la creatividad es

totalmente errónea, nada se crea de la nada, y además, cualquier persona se puede afirmar que está capacitada para ser creativa, porque crear es pensar. La creatividad es una capacidad que se aprende, se desarrolla y se aplica. La creatividad no puede enseñarse, pero sí que se puede aprender (Ohmae, 2004).

Para Csikzentmihályi (2006), la creatividad es cualquier acto, idea o producto que cambia un campo existente, o que transforma un campo existente en uno de uno de nuevo. El modelo de sistemas no olvida que hay otros factores para que una idea creativa resulte de valor para la sociedad o para el ámbito al que se dirige. A lo largo de la historia, en artistas como Van Gogh o Galileo, hemos visto como descubrimientos o obras de arte que hoy se consideran importantísimas en la cultura, en el momento de su creación no tuvieron gran valor ni éxito. Sus logros fueron adquiriendo valor con el pasar del tiempo.

Lethem (2008) señala que hay estudios neurológicos que han mostrado que la memoria, la imaginación y la conciencia misma son una trama, un telar, un pastiche. Si nos cortamos y pegamos a nosotros mismos, ¿no podríamos perdonarlo en nuestras obras de arte?

Tendemos a pensar que una personalidad creativa va acompañada con una gran inteligencia. Lo que realmente caracteriza a una persona creativa es su curiosidad, admiración, interés, dedicación y pasión y lo que le define es la complejidad. Las 10 dimensiones de la complejidad que establece Csikzentmihályi (2006) para una persona creativa son:

1. Demuestran gran energía física. *vs.* También son callados y reposados.
2. Son individuos avispados y vivos. *vs.* A veces son ingenuos.
3. Demuestran un carácter lúdico. *vs.* Son extremadamente disciplinados.
4. Demuestran tener mucha imaginación y fantasía. *vs.* Gran sentido de la realidad.
5. Carácter extrovertido. *vs.* Carácter introvertido.
6. Son personas muy humildes. *vs.* A veces muy orgullosos.
7. Rompen los roles de masculinidad. *vs.* Femenidad.
8. Son tradicionales y conservadores. *vs.* Rebeldes e iconoclastas.
9. Pasión. *vs.* Objetividad.
10. Se mueven entre el sufrimiento/dolor. *vs.* Placer.

En toda la red y la Web 2.0, se ha tejido una gran cultura colaborativa y es el gran escenario de la creatividad. En la actualidad, la cultura colaborativa y el trabajo en red ya dejan patente su gran importancia, y aún, serán más importantes.

Por arte colaborativo (Fossati & Gemetto, 2012) entendemos, un movimiento que retoma el sentido crítico de las vanguardias y promueve la participación del espectador, la coautoría y la libre circulación de copias de las obras de arte. La idea es liberar el patrimonio inmaterial de los intereses económicos y horizontalizar, des-jerarquizar su recepción, uso y reutilización.

Lo interesante de la experiencia en la comunidad de hitRECORD es como desaparece la frontera entre creador y audiencia. Todos los usuarios se prestan a trabajar unidos y compartir su trabajo de manera gratuita. Lo que ha conseguido Gordon-Levitt es tener una productora del público para el público. Muchos producen y acceden al arte que se produce de forma colectiva, con Internet el arte llega a democratizarse. Es evidente cómo los usuarios cuentan con un conocimiento en el uso de las herramientas tecnológicas que ayudan al trabajo colaborativo y, le sacan el jugo a la creatividad colectiva mediante la posibilidad de utilizar cualquier material o utilizar alguno de inspiración.

El gran aporte de Csikzentmihályi (2006) es su visión cuando expone el proceso creativo como una producción atravesada por elementos históricos, culturales, institucionales, sociales, económicos y psicológicos.

Capítulo 3
DESARROLLO
DEL PROYECTO

Tras las primeras conversaciones con el Tutor de este TFG, allá por marzo de 2015, fuimos vislumbrando con el tiempo el tipo de proyecto que queríamos hacer. En aquel tiempo cursaba cuarto en la *Universitat Ramón Llull* de Barcelona y, durante el último cuatrimestre con las prácticas en la productora *División Q* y los exámenes finales, iba a resultar imposible hacer un proyecto de esta índole. Estar matriculado en la Universidad tiene ciertas ventajas, con solamente 6 créditos por superar, vi una oportunidad para construir un trabajo mucho más elaborado y enriquecer más la experiencia, aunque eso significase no acabar los estudios en la fecha prevista.

3.1 Método de trabajo.

El punto de partida de este trabajo es la finalización de los estudios. El mercado laboral actual ofrece pocas oportunidades y la mayoría precarias, con un futuro poco esperanzador. La falta de experiencia, de oportunidades y de un portfolio creativo suelen ser algunas razones por las que los estudiantes no se integran en el engranaje laboral. El plan global para cumplir los objetivos marcados y huir en lo posible de esos inconvenientes a la hora de encontrar trabajo, era ir un paso más allá con el TFG.

Durante todo el año académico, con la retroalimentación y supervisión del Tutor, me sumergí en la cultura remix y el copyright participando en la comunidad creativa de hitRECORD. Al mismo tiempo, se ha compaginado siendo fotógrafo en Tilllate.es y, aplicando las habilidades adquiridas gracias al Proyecto y el paso por la Universidad, para participar en algunos concursos durante el año (*VIII Festival Publicatessen 2016, 30 Palma Fotográfica 2016 y Palma 365*).

Paralelamente a la paulatina indagación en nuestros temas de investigación, decidimos ir participando en el proyecto interactivo del actor Joseph Gordon-Levitt. Trazamos un plan de trabajo abierto, pensado para realizarse durante todo el año académico con el objetivo de seguir creciendo y ampliando mi perfil profesional. Vimos en esta comunidad creativa una gran oportunidad para conectar, unir, nuestros dos temas principales de manera práctica en un caso innovador. La producción del “video caso” recogería todo el proceso, con una versión escrita ya no basta, el audiovisual sería capaz de explicarlo de forma más atractiva e interesante.

Para cualquiera que haya vivido en nuestra época, una mezcla de imágenes y sonidos expone su idea de forma mucho más convincente de lo que podría hacer cualquier ensayo de 180 palabras en el New York Times. (Lawrence, 2012)

Para conseguir producir este “video caso”, fue necesaria la adquisición de un disco duro de 2 Terabytes para almacenar todo el material del proyecto y las capturas de vídeo de todo el proceso con el programa ScreenFlow. También, a lo largo del año adquirí un MacBook, pude mejorar mi material fotográfico y adquirir nuevos accesorios (intervalómetro, micrófono de corbata, trípode, objetivo fotográfico, empuñadura, filtros) que me permitirían mejorar la calidad y aprender o potenciar ciertas competencias. Nuestras habilidades, conocimientos, la tecnología y la conexión a la red, han sido las herramientas fundamentales y necesarias para poder confeccionar correctamente el TFG.

3.2 Fases del proyecto.

En los siguientes apartados se exponen las fases y diferentes acciones que hemos desarrollado durante la duración del proyecto. En ciertas fases es muy fácil establecer una fecha concreta, sin embargo, la mayoría de fases se solapan y se han ido compaginando a la vez para lograr producir el “video caso” al final de la experiencia. Creemos que para esta versión escrita, la subdivisión realizada es capaz de hacer entender cuál ha sido el plan de trabajo y su aplicación.

3.2.1 Recopilación de información y registro en la web de hitRECORD.

Aunque entre marzo y julio de 2015 se tienen las primeras conversaciones, momento en el que vamos dando forma al proyecto, nos aproximamos poco a poco a nuestros temas de investigación y a la comunidad creativa online, no fue hasta agosto que empezamos la colaboración en hitrecord.org de forma gradual.

En primer lugar, como en cualquier proyecto o las mismas campañas de publicidad, una investigación previa es muy importante para cumplir los objetivos. Una primera aproximación teórica para conocer mejor los temas de investigación y las ideas de los

principales teóricos, fue crucial para conocer el estado de la cuestión y tener una primera impresión sobre el campo en el que desarrollaríamos nuestro plan de trabajo.

Simultáneamente a la búsqueda de los primeros libros, documentales, artículos o leyes que iluminasen y sirvieran de apoyo para la parte más teórica de este TFG, en marzo de 2015, tras la sugerencia de mi Tutor, me introduzco por primera vez en el sitio web de hitRECORD para ver de qué se trataba (Figura 6). En un primer instante, todo aquello resultaba caótico sin conocer la organización, el funcionamiento y con el inconveniente de no ser anglohablante. Con el tiempo, fuimos convirtiendo estas desventajas en fortalezas con el consiguiente aumento del nivel de inglés, conocimiento del sitio y creando una dinámica de participación continua.

Un dato a destacar es la evolución que ha sufrido la web y el proyecto con un nuevo rediseño en enero de 2016 del sitio, la versión 6.0 (Figura 7), y la creación de una aplicación para celulares.

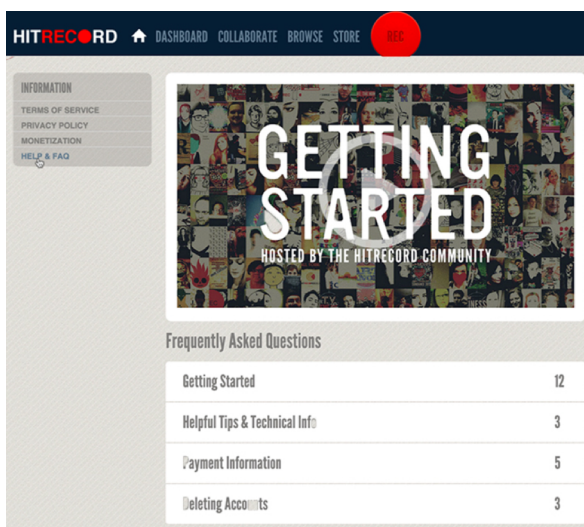


Figura 6. Versión anterior del sitio web, hasta el 14 de enero 2016.

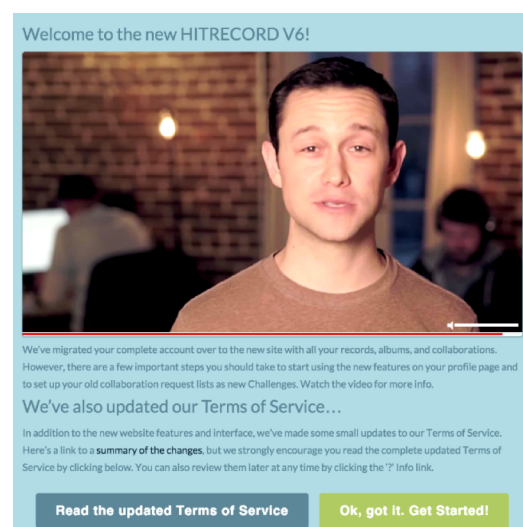


Figura 7. Fotograma del video de introducción a la versión 6.0.

Oficialmente, el registro en la comunidad se efectuó el 27 de marzo de 2015, en cambio, la primera pieza insertada en el perfil personal y utilizada para colaborar fue el 5 de agosto. Como no podía ser de otra manera, elegí para comenzar a colaborar, una fotografía del Acueducto de Segovia capturada durante el verano de 2015 tras finalizar el año en Barcelona con la beca de movilidad SICUE (Figura 8).



Figura 8. Captura perfil personal con la primera pieza subida.

3.2.2 Adquisición de conocimiento (Marco teórico).

Esta fase ha comprendido casi la totalidad del proyecto, es muy importante a la hora de realizar un trabajo académico o investigación científica, sustentar la argumentación sobre una base teórica. Durante todos estos meses, hemos acudido a los principales investigadores para conocer lo publicado anteriormente sobre nuestros temas, recabando toda la información imprescindible (Figura 9 y 10). El objetivo era familiarizarnos, entender e interpretar la terminología y los supuestos teóricos que posibilitan y defiende el trabajo.

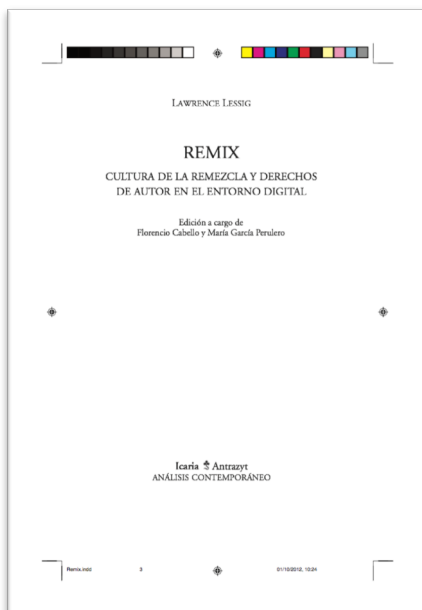


Figura 9 y 10. Portadas libros “Remix” y “El copyright en cuestión”.

Simultáneamente a la colaboración en hitRECORD, también visualizamos documentales sobre el *remix* y legislación del copyright. En esta versión escrita del TFG, hemos recogido en el marco teórico toda la fundamentación teórica pertinente, la que hemos creído más acorde a nuestra postura y que es capaz de demostrar el fenómeno HitRECORD.

3.2.3 Universo hitRECORD: comprensión del funcionamiento interno y externo.

En los comienzos de este proyecto, como mencionamos anteriormente, resultó difícil comprender la organización y funcionamiento de esta comunidad. Durante el transcurso del proceso, hemos ido averiguando algunas de las claves que hacen de este experimento un caso completamente innovador y único en su campo. Parte de esta información la hemos contado en apartados anteriores, por lo que intentaremos no ser muy redundantes.

HitRECORD funciona como una empresa/productora profesional en la que cualquiera puede iniciar o colaborar en proyectos. Algunos proyectos se inician a partir de obras originales de los usuarios, y otros, por iniciativa del *staff* o *resident curators* de la comunidad (Figura 11). Asimismo, dentro de la comunidad, también encontramos retos creativos semanales en las diferentes disciplinas en las que se puede colaborar. Por ejemplo, durante más de 20 semanas colaboramos en un reto creativo sobre fotografía, titulado “*The Lens Project*”, y en otro sobre el *remix*, titulado “*Weekly Remix Challenge*”.

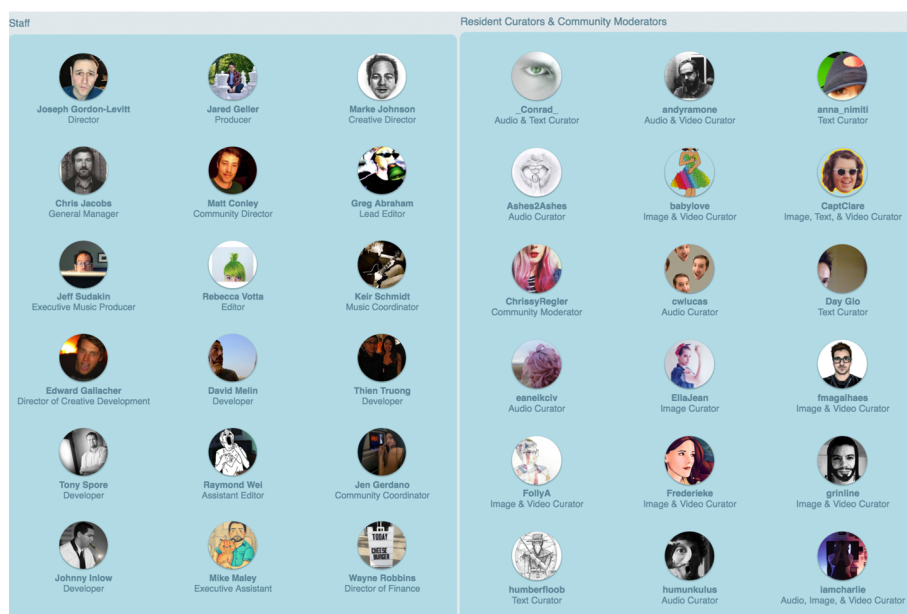


Figura 11. Captura sitio web hitrecord.org de algunos integrantes del Staff y Resident Curators.

Desarrollo del Proyecto

La versión 6.0 del sitio web, presentó varias novedades. Las diferentes secciones que la componen son:

- *Homepage (Página de inicio)*: En ella los usuarios vemos los proyectos y registros más populares del momento. La fase en la que se encuentran los proyectos, que puede ser: en conceptualización, desarrollo o fundados. Las producciones actuales en las que están inmersos y, un breve apartado en el que se pueden comprar los resultados del arte colaborativo accediendo a la tienda de hitRECORD (1ª temporada show TV, libros, discos, vinilos, posters, merchandising, etc.).
- *Dashboard (Tablero)*: Aquí podemos ver los últimos trabajos u proyectos que han sido creados, actualizados o recomendados por los usuarios a los que te encuentras suscrito.
- *Collaborate (Colaborar)*: Dedicada a almacenar las solicitudes de proyectos que has aceptado previamente en la sección “explorar”. De esta forma, cuentas con una mayor organización personal sobre los proyectos en los que estás interesado.
- *Explore (Explorar)*: Esta sección es lo más parecido a lo que conocemos como Google. Es un motor de búsquedas de la comunidad en el que puedes encontrar material que necesitas para tus creaciones. Puedes buscar solo texto, imágenes, vídeos, audios, retos, proyectos, miembros o comentarios. Las búsquedas se pueden organizar en torno a la relevancia de las palabras empleadas, últimas piezas subidas, los más recomendados, los más visualizados, los destacados o que de forma aleatoria (*random*), nos presente una pieza.
- *Personal page (Página personal)*: Aquí podemos visualizar todas las creaciones hechas para la comunidad, información breve del usuario e intereses, las notificaciones, las descargas realizadas, las suscripciones y las recomendaciones realizadas. También cuenta con un apartado en el que puedes organizar tus mejores registros.

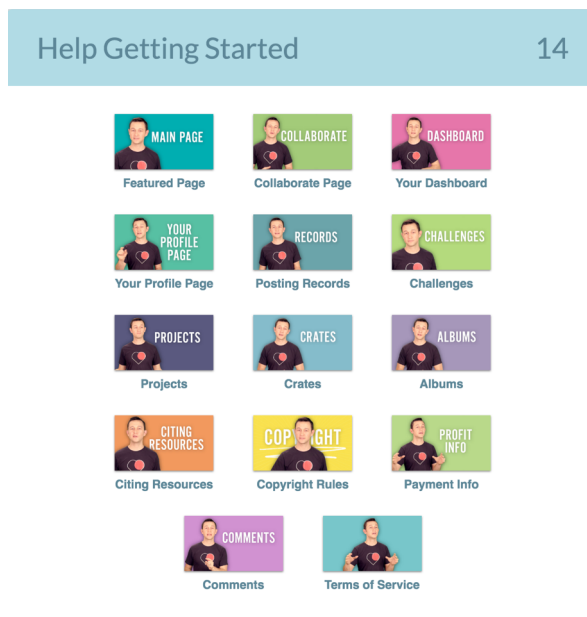


Figura 12. Vídeos tutoriales explicativos sobre el funcionamiento principal.

- *Help (Ayuda)*: En esta sección, explican cómo trabajan, aparecen videotutoriales explicativos (Figura 12), responden a las preguntas más frecuentes, aparece la información legal, podemos dar retroalimentación para mejorar el sitio, ponernos en contacto con ellos y conocer el *staff*, los *resident curators* o *community moderators*.

Siempre se trabaja con el contenido que generan los usuarios en forma de vídeo, música, redacción de textos,

fotografía, ilustraciones, diseño gráfico o animación. En ningún caso, se pueden subir piezas en las que se puedan ver logos de marcas comerciales o contenidos con derechos de autor ajenos. En cada pieza que subes, has de confirmar que es el resultado original de tu trabajo y que cualquier recurso utilizado pertenece a hitrecord.org o está en el dominio público. En caso de que pertenezca a hitRECORD, debes citar el material del usuario al que pertenece la pieza para que reciba la notificación. De esta manera, cualquier usuario puede ver la transformación o evolución de las creaciones, el proceso creativo, la habilidad o lo original de una pieza que es resultado del *remix*.

Al pulsar sobre cualquier registro podemos ver el título, las recomendaciones de otros usuarios, los comentarios, la fecha de subida, las etiquetas para facilitar su búsqueda, los retos/proyectos en los que ha colaborado, los recursos empleados, si ha sido objeto de remezclas y los álbumes en los que se encuentra. A la vez, también podemos descargar y visualizar la creación.



Figura 13. Identidad corporativa hitRECORD, extraído del director creativo del staff, "Marke".

La web es el elemento clave de este proyecto para atraer a cualquier alma creativa. La estética de la web está en consonancia con la identidad corporativa, generando una gran coherencia entre las diferentes plataformas en las que se encuentran y una imagen reconocida y coherente (Figura 13).

Algunos elementos como el lema, el logotipo con el botón rojo de grabación, los vídeos que realizan en los que muestran los colaboradores que han contribuido, sirven para poner de relieve la importancia de la comunidad creativa. También, en la peticiones de contribuciones es un elemento común que la persona inicie el vídeo con la frase "Are we recording?". Siempre hay fondos con gran cantidad de fotos de perfil de los usuarios que establecen la asociación con el universo hitRECORD.

Es hitRECORD, y principalmente la figura de Joseph Gordon-Levitt, "Joe" en la comunidad, quien se encarga de presentar los resultados en diversas plataformas, tours y festivales. Gracias a él y el uso de las redes sociales, hitRECORD adquiere tanta relevancia, tiene promoción y puede atraer a nuevos usuarios. Además, con este procedimiento también se mantiene informados a los usuarios sobre lo que ocurre en la comunidad.

En ciertos proyectos, gracias a las amistades del intérprete hollywoodiano, han contado con colaboraciones de estrellas como Anne Hathaway, Neil Patrick-Harris o Scarlett Johansson. En 2014 saltaron a la televisión con el programa *HitRECORD on TV*. Cada episodio es temático, el primer tema del show y sobre el que se trabajó en la comunidad fue el "Número 1" y contó con el trabajo de 426 colaboradores. Cada uno de los capítulos tiene un ingreso de 50.000 dólares, este beneficio se divide, un 50% para hitRECORD y un 50% entre las personas que contribuyeron para la realización del capítulo, es decir, para los trabajos de los usuarios seleccionados por el staff.

Con el show aumentaron la visibilidad del proyecto y sirvió para poner de relieve esta nueva forma de crear arte. Desde 2010, se ha repartido entre la comunidad con los

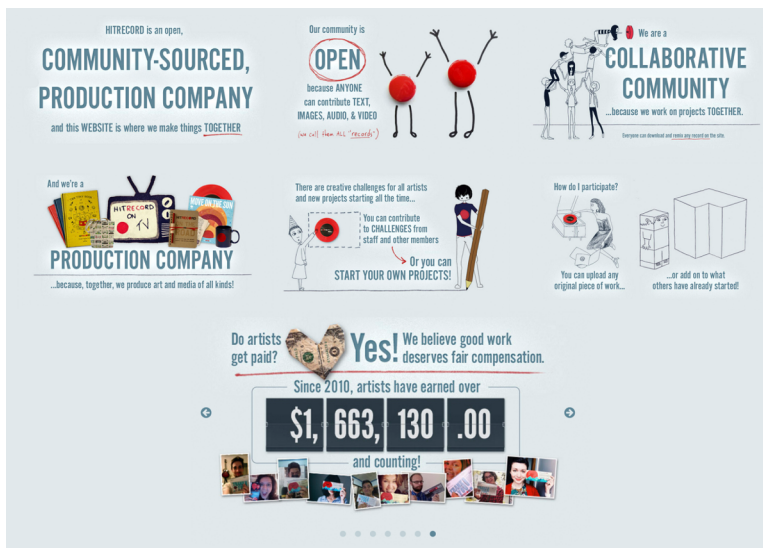


Figura 14. Parte de la sección “Help” en la que explican cómo funcionan.

proyectos que se han comercializado, un total de 1.663.130 dólares y seguirá aumentando. Explican qué es, qué se hace, cómo lo puedes hacer y te invitan a colaborar con ellos y toda la comunidad de manera muy sencilla (Figura 14).

En enero de 2016, el rediseño del sitio web de hitRECORD, la versión 6.0, y la creación de una aplicación móvil, para subir material y estar al tanto de las creaciones de usuarios, fue un verdadero éxito y consiguieron atraer a nuevos miembros para la comunidad. Aunque en un principio la nueva versión resultase un poco liosa en comparación con su sucesora, con el tiempo fueron corrigiendo algunos errores y añadiendo nuevas características que, mejoraban la navegabilidad y la usabilidad con respecto a la versión anterior.

3.2.4 Seguimiento en redes sociales.

Como mencionamos, las redes sociales desempeñan un papel muy importante a la hora de promocionar y mantener informada a la comunidad sobre lo que sucede en la web. En el momento de comenzar a colaborar en la comunidad creativa, nos suscribimos a las diferentes redes en las que se encuentra hitRECORD y Joseph Gordon-Levitt para estar al tanto de todas las novedades. Gordon-Levitt, con más de 4 millones de seguidores en Twitter, promociona el sitio en sus distintas redes sociales para conseguir el mayor número de impactos y la mayor relevancia posible.

Las principales redes sociales en las que se encuentra hitRECORD son:

- *Facebook*: 169.895 seguidores. Como en Twitter, promocionan las mejores creaciones, muestran algunos proyectos que están haciendo y qué tipo de habilidades se necesitan.
- *Twitter*: 97.700 seguidores. Su función principal es la de comunicar los proyectos que se están llevando a cabo y intentar buscar personas que puedan contribuir. También, se van promocionando las mejores piezas creadas recientemente en la comunidad.

Hasta en tres ocasiones material propio fue difundido a través de hitRECORD en esta red social, acumulando un gran número de favoritos y *retweets*.

- *YouTube*: 196.324 suscriptores. El canal sirve para promover algunos proyectos que se han creado en la página. Es una manera de mantener la comunicación con sus usuarios y promocionar las piezas finalizadas al público, que no necesariamente ha de formar parte de la comunidad. Incluso se puede ver el primer episodio completo de *HitRECORD on TV*.
- *Tumblr*: No se conoce el número de seguidores. En esta red social se comparten las piezas más pequeñas como fotografías, diseño gráfico, pequeños cómics y también se anima a participar en los proyectos.

3.2.5 Búsqueda continua de proyectos/retos dentro de hitRECORD.

Fundamentalmente, a través del sitio web y las redes sociales, hemos conocido y explorado distintos proyectos/retos en los que colaborar con contenido propio y hacer remezclas. Cada salida por la isla de Mallorca o viaje, era una oportunidad para conseguir material. De igual manera, para hacer remezclas fue muy importante ver el arte de los demás, aquello que hacían mejor y que se lo prestaban a la comunidad para contemplarlo o reutilizarlo en sus creaciones si lo deseaban.

En hitRECORD dan importancia a que cualquier pieza subida esté destinada para colaborar en alguno de los proyectos. Con el nuevo diseño de la web, a partir de enero de 2016, ha resultado mucho más fácil conocer los proyectos/retos que se encuentran abiertos y disponibles para colaborar. Mejoraron bastante la organización interna, y ahora, navegando es mucho más fácil saber el tipo de habilidades que se requieren para colaborar. Mediante los colores e iconos se puede saber si trata de un reto sobre escritura, diseño gráfico, edición de vídeo, etc. (Figura 15)



Figura 15. Captura proyecto "Are you there Democracy? It's me the Internet".

Para encontrar proyectos en los que colaborar, la vía más rápida es en la sección "Explore". Se pueden ver por categorías todos los retos creativos que se encuentran abiertos para colaborar (Figura 16).

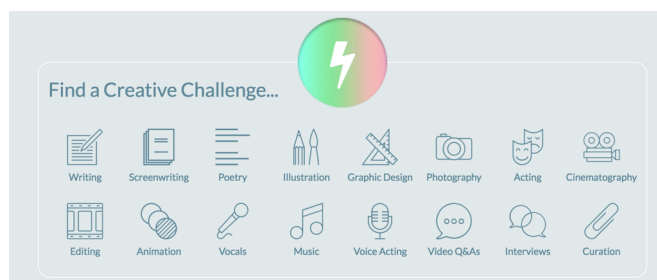


Figura 16. Captura disciplinas en las que puedes colaborar.

Para averiguar u conocer proyectos o miembros con talento, una fórmula alternativa que ha resultado muy válida, y creo intuir, utilizada por gran parte de la comunidad, es suscribirse a los principales miembros del *staff* y a aquellos *resident curators* o *community moderators* de las disciplinas en las que nos desenvolvemos mejor. De alguna manera, se pueden considerar los líderes de la comunidad, si alguno de ellos recomienda tu material, de forma automática, todas aquellas personas que están suscritos a ese miembro ven tu creación en la sección del sitio web "Dashboard". Por ejemplo, el

Director de la Comunidad, Matt Conley, recomendó o comentó en numerosas ocasiones creaciones propias y felicitó el gran trabajo realizado, lo que dio como resultado que la pieza tuviese mayor recorrido en el interior de la comunidad. En algunos proyectos o retos creados por miembros de la comunidad, ocurre lo mismo, es decir, si en un inicio el concepto y la idea es bien acogida, éstos líderes de la comunidad lo promocionarán, colaborarán en él y muchos miembros seguirán el mismo camino.

3.2.6 Continuas colaboraciones con contenido propio.

En este apartado incluimos todas las piezas creativas de creación original. Hemos colaborado con gran diversidad de fotografías, *gifs* (Figura 17), cinemagraphs, timelapse, *shootings* en exteriores, montajes de metraje propio con música de la comunidad y vídeos de mí mismo mientras editaba material para subir a hitRECORD. Merece la pena mencionar que ha habido una gran tarea de selección, es decir, mucho material sin compartirse en la comunidad. Preferimos apostar por la calidad de nuestras piezas antes que por la cantidad.



Figura 17. Captura del banner de creación propia, utilizando material subido previamente para el encabezado del perfil personal.

Técnicas como la del cinemagraph o el timelapse, han sido aprendidas durante el transcurso del proyecto para ampliar nuestro perfil creativo. Junto a la información más técnica que podemos encontrar en la web y los vídeo tutoriales de YouTube, hemos aprendido y mejorado considerablemente nuestras habilidades con la cámara y los programas de edición. Hemos utilizado los software de edición digital del paquete Adobe

CC 2015, programas como Photoshop, Premiere, InDesign, Audition, Lightroom u Illustrator. Como en cualquier aprendizaje, a base de errar, seguir queriendo indagar y con mucha proactividad, hemos conseguido llegar a hacer piezas de una gran belleza y creatividad, que en un principio, ni pensábamos en llegar a hacer.

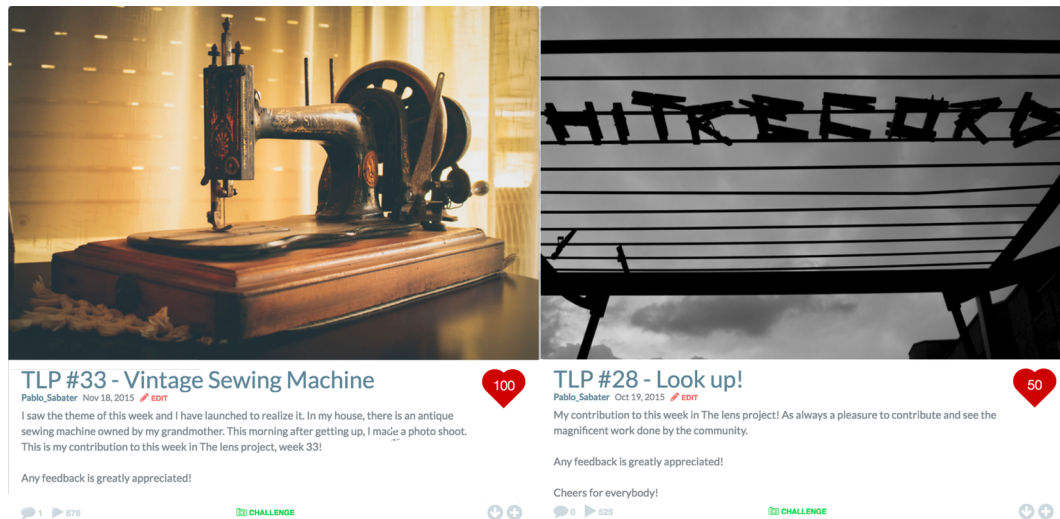


Figura 18. Fotografías de creación propia para el reto creativo “The Lens Project”.

La mecánica a la hora de subir cualquier pieza siempre es la misma, pulsamos el botón “REC”, seleccionamos qué tipo de registro es (texto, imagen, vídeo, audio o zip), le asignamos el título, añadimos una breve descripción, asignamos las palabras clave, citamos si hemos utilizado algún recurso de la comunidad y, confirmamos que es el resultado original de nuestro trabajo y que cualquier recurso utilizado pertenece a hitrecord.org o está en el dominio público.

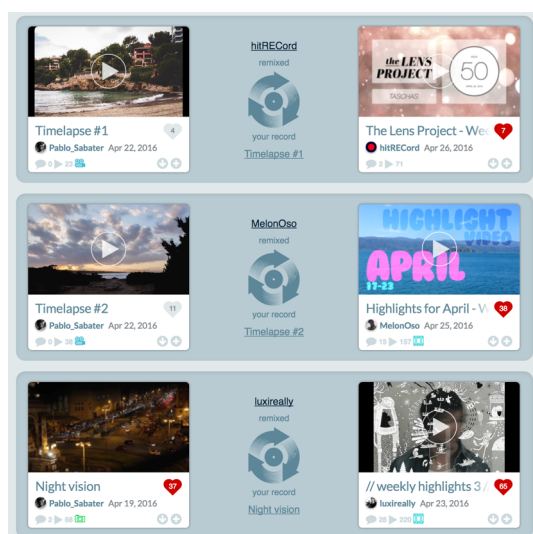


Figura 19. Captura notificaciones remezclas de otros usuarios.

Por ejemplo, la fotografía “TLP #33 – Vintage sewing machine” (Figura 18), estuvo entre las mejores creaciones en el reto creativo semanal “The Lens Project”. Sin lugar a dudas conseguimos nuestros propósitos con el material de creación propia: conseguimos remezclas (Figura 19), mejoramos nuestras competencias y recibimos retroalimentación de la comunidad.

3.2.7 Recopilación de material y edición en diversos proyectos.

Con el paso del tiempo, fuimos colaborando y descubriendo nuevos proyectos en los que hacer nuevas creaciones a partir de contenido del resto de usuarios. Previamente a la realización de cualquier remezcla en el interior de la comunidad, ha habido en una primera fase, una gran cantidad de tiempo de preparación, exploración y evaluación. En definitiva, qué es lo que podíamos hacer y con qué podíamos hacerlo.

Durante todo el año son incontables las piezas que hemos podido llegar a ver, en cambio, sí que sabemos que hemos llegado a recomendar más de 3.700 creaciones o proyectos de miembros de la comunidad. Estas piezas recomendadas, en algunos casos, han sido reutilizadas para mis creaciones.



Figura 20. Captura disciplinas de creación en el proyecto "Poem Every Day".

Por ejemplo, el proyecto "Poem Every Day", fue descubierto tras ver un vídeo *remix* realmente emotivo y creativo de otro usuario, me creó la necesidad interior de querer hacer algo para ese proyecto a mi estilo. Creado por la miembro de la comunidad @thatwasnotveryravenofyou, consta de estas disciplinas: escritura, edición vídeo, actuación de voz, música y curador de contenido (Figura 20). En nuestro caso, colaboramos en el apartado de edición de vídeo combinando un poema, con la actuación vocal de otra persona cantando ese mismo poema y utilizando metraje de la comunidad para nuestra nueva creación, llegando a contener 14 recursos de diferentes usuarios de la comunidad.

Extrapolando este caso al resto de remezclas realizadas o a cualquier práctica de *remix*, por la experiencia personal deducimos algunas conclusiones en cuanto al proceso creativo en esta fase:

1. Por una parte, en casos en los que se utilizan un gran número de piezas, hay que resaltar la importancia de tener un concepto muy claro y definido de qué se quiere crear, para hacer una buena selección del material que vas visualizando, evitando así, acumular metraje o material sin ningún filtro. Ese concepto, después podrá manifestarse de diversas formas y se le irá dando forma en los software de edición. Hoy en día, casi tenemos acceso indiscriminado a cualquier contenido, los conceptos de creador y receptor, son difusos, lo mismo ocurre en hitRECORD.
2. Por otra, en casos como un *gift* o un diseño gráfico, la mayoría de veces no se utilizan un gran número de artes. Teniendo clara una estructura básica del tipo de remezcla a hacer y con los conocimientos más técnicos en nuestro haber, se puede utilizar un poco más la intuición, es decir, la prueba y el error. De esta forma, se puede llegar y llegamos, a crear piezas que si hubiéramos tratado de idearlas, habríamos sido incapaces o pensado que no poseíamos las suficientes habilidades.

En los momentos en los que te encuentras abstraído creando o tras un periodo continuo de trabajo, se puede llegar a revelar una voz interior que te impulsa a probar esa combinación resultando ser la mejor para expresar e iluminar esa idea o emoción. Como dijo Pablo Ruiz Picasso, “la inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando”.

3. Cualquier *remix* está formado por uno o varios objetos de consumo que al ser usados son reinterpretados, es decir, se lleva a cabo un intercambio o fusión de significados. Sin embargo, por el camino se quedan innumerables piezas que se visualizan o descargan pensando que podrían llegar a servir. Esa acción de selección, ya puede implicar una operación creativa.

La organización a la hora de recopilar el material descargado para las remezclas ha sido imprescindible (*Figura 21*). La subdivisión en carpetas en nuestro disco duro, ha sido fundamental para localizar cualquier creación, saber los recursos utilizados y facilitar su posterior cita al subir la pieza a la comunidad.

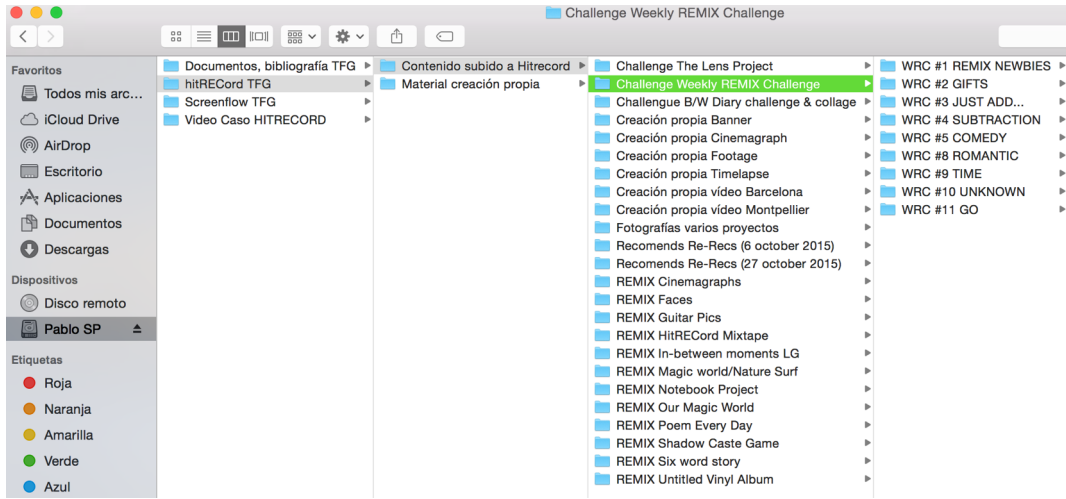


Figura 21. Captura organización interna del material en el disco duro.

3.2.8 Continuas colaboraciones con contenido de otros usuarios, remezclas digitales.

Cada pieza que ha sido fruto del *remix*, tras recopilar el material necesario y llevar a cabo las tareas de posproducción, ha sido compartida en la comunidad. Como hemos mencionado anteriormente, es muy importante citar los recursos utilizados de hitRECORD, o en caso de que pertenezca al dominio público, añadir información en la descripción sobre el lugar de donde proviene ese material.

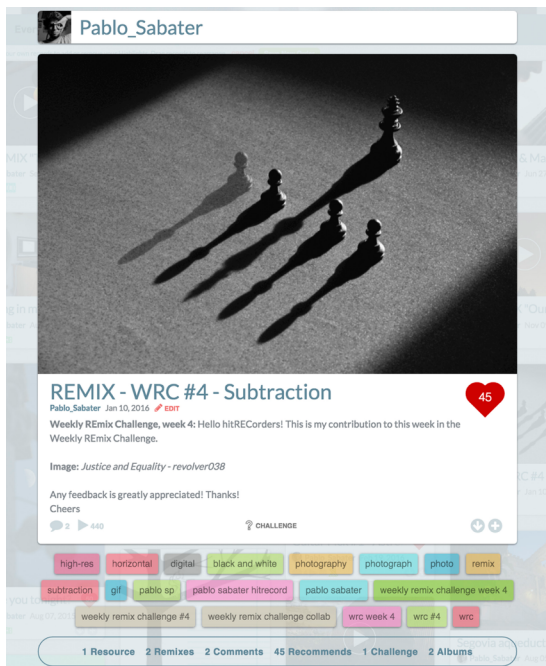


Figura 22. Remix de una imagen que convertimos en un gif.

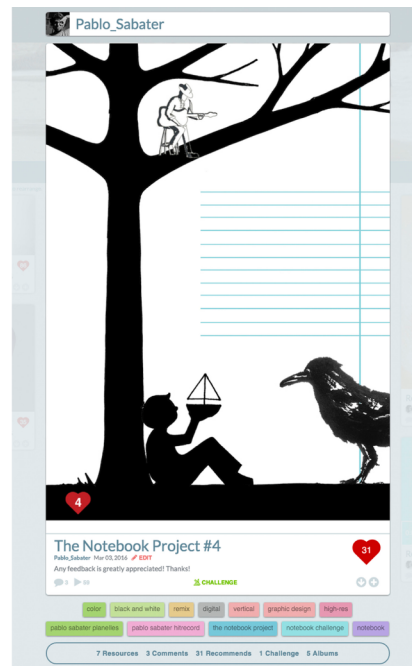


Figura 23. Remix diseño gráfico para "The Notebook Project".

Hemos creado a partir del material encontrado en hitRECORD numerosas piezas creativas. La mayoría de ellas son montajes audiovisuales, ediciones de sonido, gifs (Figura 22), diseños gráficos (carátulas de vinilos, de cuadernos, púas para la guitarra, posters, etc.) (Figura 23) y recomendaciones propias sobre material de la comunidad interesante. El número total de creaciones descargadas de la comunidad ha llegado a las 554 entre vídeos, imágenes, audios y archivos con formatos de compresión zip.

De entre todas estas creaciones utilizando material de diversos artistas, cabe destacar uno de los montajes audiovisuales en el que utilizamos 102 registros de 67 artistas diferentes (Figura 24). Fue para el proyecto “*The In-Between Moments collab*”, nacido de la asociación entre hitRECORD y la marca comercial LG. Como objetivos tuvo la creación de cortos cinematográficos, un comercial de 60 segundos y otro de 30 segundos. Nuestra pieza fue una forma de elogiar y promocionar el maravilloso trabajo que estaban llevando a cabo, editamos nuestra propia versión e incentivamos al resto de la comunidad a colaborar. Recibimos gran cantidad de comentarios felicitándonos y el vídeo ha sido visualizado en más de 700 ocasiones.

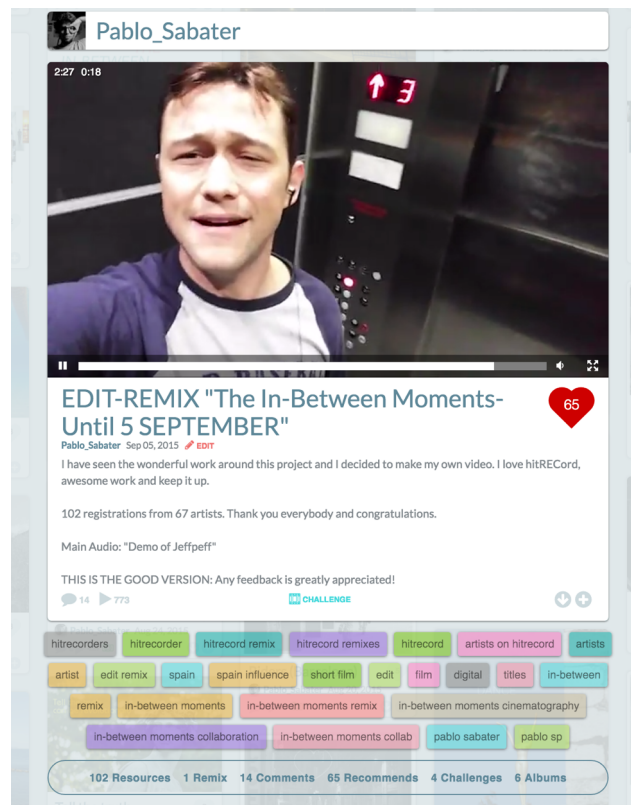


Figura 24. Remix audiovisual en el que hemos reutilizado mayor número de registros.

Otra de las piezas que merece ser mencionada es el diseño de una púa para tocar la guitarra, inspirada en hitRECORD (Figura 25). Creada a partir de 3 recursos ajenos, algún miembro de la comunidad solicitó que se produjera ese diseño, pero no para tocar, ya que eso hubiese podido dañarla. La querían porque era preciosa y querían tenerla en su colección. Esta pieza, posteriormente, fue objeto de dos remezclas (Figura 26).

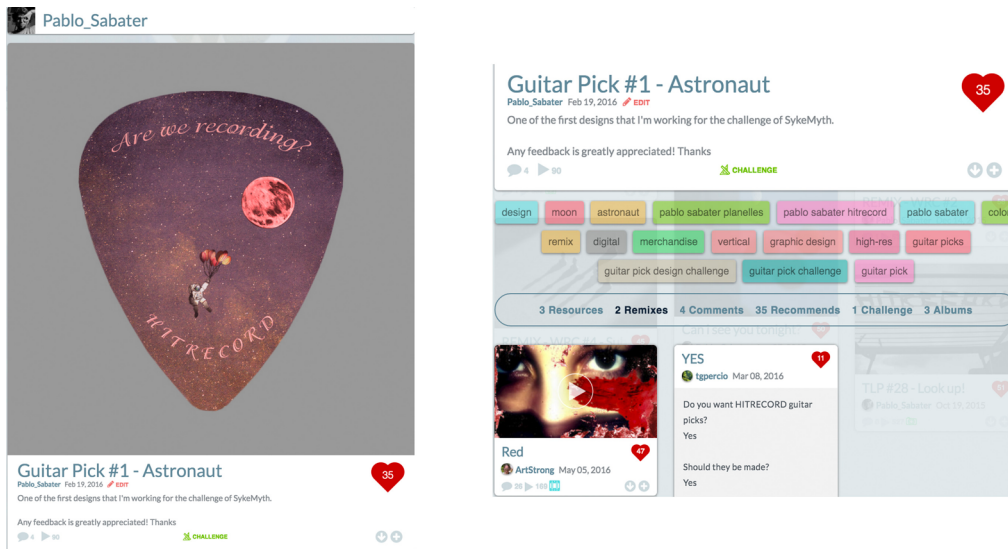


Figura 25 y 26. A la izquierda, remix diseño gráfico, púa inspirada en hitRECORD. A la derecha, captura de las remezclas.

3.2.9 Medir los resultados en el interior y exterior de la comunidad.

– INTERIOR:

En total han sido 194 las piezas que hemos creado para la comunidad. En nuestro apartado del perfil personal, *highlights*, contamos con 22 creaciones, y incluso, el Tutor de este TFG, llegó a colaborar a través de mi perfil personal con un tema musical (Figura 27). Ya han podido ver a lo largo de esta versión escrita, algunas de las piezas que hemos creado para la comunidad. Detrás quedan incontables horas de trabajo y aprendizaje constante.

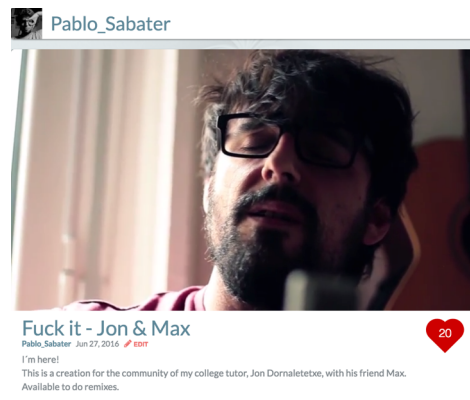


Figura 27. Tema musical, creación Tutor de este TFG.

Para tratar de medir los resultados personales en el interior de la productora, de la manera más objetiva, diseñamos una gráfica y unas tablas de todos los registros subidos. La gráfica (Figura 28) recoge los datos absolutos de la participación en la comunidad creativa. Las tablas (Anexo 1) contienen toda la información relevante de cada trabajo que hemos subido a la comunidad, y así, hemos podido tener una visión más amplia de los resultados durante la participación en hitRECORD. Ordenadas por orden de subida, las

obras se titulan con el nombre que les dimos en nuestro perfil personal de la comunidad, y que se corresponde con el asignado en la memoria externa (*Anexo 2*) que se adjunta con este proyecto para facilitar la búsqueda del jurado o lector de este TFG.

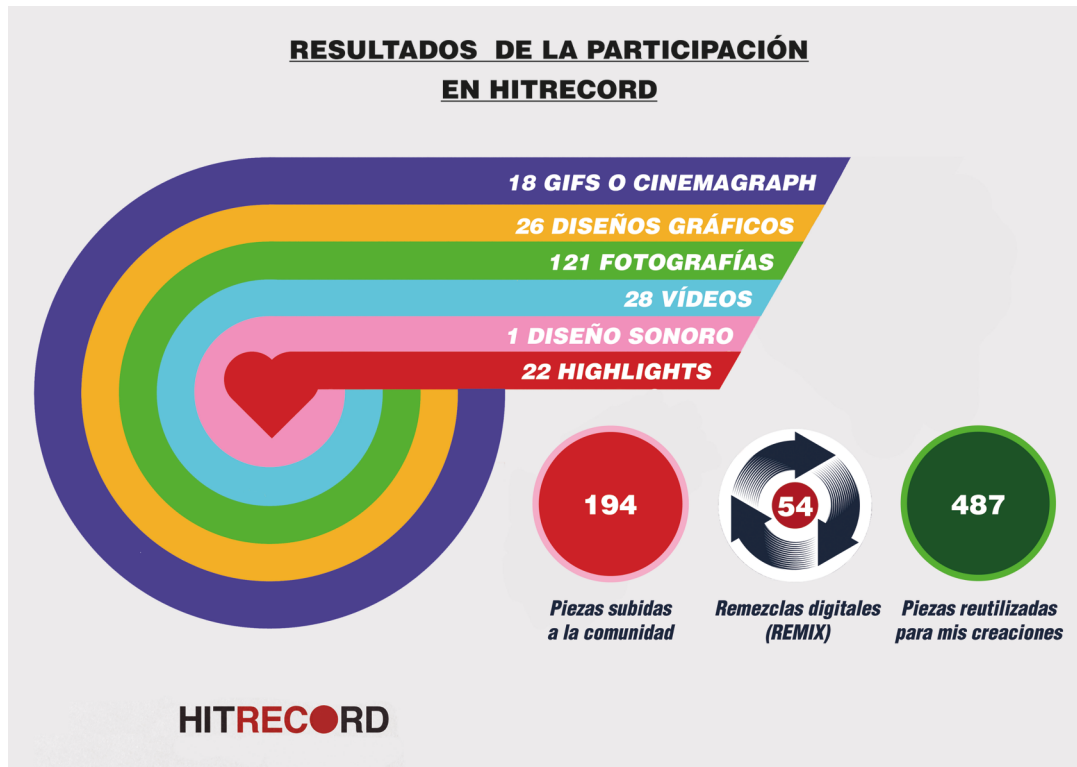


Figura 28. Gráfica de elaboración propia con los datos absolutos de la participación en hitRECORD.

Con nuestra creatividad y esfuerzo, hemos tratado de cumplir los objetivos planteados previamente a comenzar la participación en hitRECORD. Hemos mejorado y perfeccionado considerablemente nuestras habilidades. Nos hemos atrevido con nuevos retos. Hemos desarrollado la creatividad. Metafóricamente, hitRECORD ha sido una adicción muy sana, durante más de nueve meses hemos estado inmersos en este experimento colaborativo, conociendo sus dinámicas, inspirándonos y admirando el gran trabajo que hace el resto de la comunidad.

Además de las 194 piezas subidas, según el proyecto en el que colaborarán, hemos elaborado 13 álbumes en los que también están aquellas piezas ajenas que son de gran calidad. Más de una cuarta parte de nuestras creaciones (54 remezclas), contienen material ajeno preexistente en la comunidad o material propio subido con anterioridad. Para crear esos 54 nuevos artes, hemos reutilizado un total de 487 registros y, la

comunidad de hitRECORD ha reutilizado material propio, un total de 58 veces para elaborar nuevas creaciones.

Resulta difícil destacar una o dos piezas por encima del resto, además, ese no es nuestro cometido. Sin lugar a dudas, cualquiera de las 22 piezas que componen mi apartado de *highlights* es digna de poder mostrarse, son de gran calidad y demuestran mi saber hacer. Ya sean de creación propia o un *remix*, nos hemos ganado un cierto prestigio en el interior de la comunidad en las diferentes disciplinas que hemos participado (vídeo, audio, fotografía, diseño gráfico y *gifs* animados). De todas formas, no nos olvidamos del resto de creaciones, que por supuesto, también tienen gran calidad pero no llegaron a tener tanta repercusión en la comunidad.

Hemos llegado a recibir comentarios de felicitación de miembros del *staff*, *resident curators* y *community moderators* por alguna de nuestras creaciones, como por ejemplo, la del Director de la Comunidad, *@MattConley*.

Para terminar, merece destacar algo de lo que nos hemos dado cuenta en el transcurso del proyecto. Como señala Joseph Gordon-Levitt, hitRECORD nació como contraposición al modelo de negocio hollywoodiano, y en el que los grandes productores culturales, han presionado a lo largo de los años para que se redactasen legislaciones cada vez más restrictivas. La cultura ya no es inmutable, esa idea saltó por los aires hace tiempo cuando el usuario y ciudadano de a pie, dejó de ser un espectador pasivo. Estamos inmersos en una época en el que la constante es el cambio, la tecnología e Internet, han propiciado que la cultura de igual forma, esté en constante mutación y cambio.

– EXTERIOR:

De la participación en esta iniciativa colaborativa con unos años de recorrido, hemos conseguido lograr cierta repercusión y aprovechar el aprendizaje para participar a lo largo del año en algunos concursos. Para empezar, las cuentas oficiales de hitRECORD en Twitter, Tumblr y Facebook, han compartido en más de una ocasión obras propias promocionando algunos proyectos en marcha o simplemente nuestras creaciones (*Figura 29*).



Figura 29. Capturas redes sociales oficiales hitRECORD con contenido propio compartido.

Tres han sido los concursos en los que hemos participado durante el año. El objetivo, tratar de demostrar de lo que somos capaces más allá de la participación interna en hitRECORD:

- 30 Palma Fotográfica 2016: En el mes de enero, el primer domingo tras las fiestas del patrón de Palma, “San Sebastián”, se celebra un concurso fotográfico que transcurre durante todo el día. Teniendo como límite para realizar fotografías las 18:00 horas, el 24 de enero de 2016 a primera hora de la mañana, se repartieron los 6 temas sobre los que tenían que versar las 6 imágenes (Figura 30). Este año los temas designados fueron: una historia en una foto, barrio El Terreno, geometría, ascensores, mujeres y, pavimentos y personas.

No logramos ganar ninguno de los premios, pero fue un gran y bonito reto creativo durante todo el día. Pudimos disfrutar junto a otros apasionados de la fotografía, de un magnífico día haciendo una de las cosas que más nos gustan.



Figura 30. De izquierda a derecha, tres de las fotografías capturadas para el concurso (barrio el Terreno, una historia en una foto y geometría).

- VIII Festival Publicatessen 2016: No hace falta presentar demasiado este festival universitario organizado por los alumnos de la promoción saliente de Publicidad y Relaciones Públicas del Campus de Segovia. Algunas de las obras creadas para el festival, posteriormente, fueron utilizadas para colaborar en hitRECORD tras no resultar premiadas.

En el año 2016 el tema escogido fue “*Insight you*”. Decidimos participar en unas cuantas categorías, el objetivo, cerrar la etapa segoviana con un premio en este festival al que todos los estudiantes tanto aprecio tenemos. Por desgracia, no logramos el premio tan deseado en ninguna de las categorías en las que participamos (cartel oficial, cuña libre, gráfica libre, fotografía publicitaria y cinemagraph). Sin embargo, conseguimos ser finalistas en la categoría de cinemagraph (Figura 31), tener el privilegio de estar presentes en la gala y ampliar el *portfolio* personal.

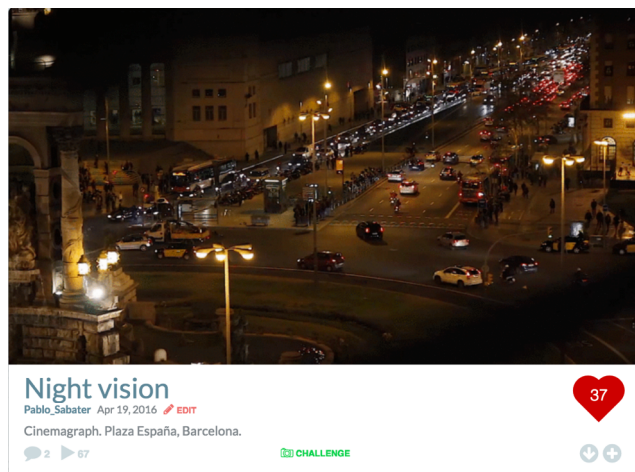


Figura 31. Captura cinemagraph finalista en el VIII Festival Publicatessen subido en hitRECORD.

- I Concurso Fotográfico Palma 365: Concurso organizado por la Fundación de Turismo Palma de Mallorca 365, es el organismo encargado de promocionar exteriormente la ciudad y que busca convertir la capital de las Islas Baleares en un destino turístico de interés durante todos los meses del año. Con una convocatoria abierta, entre el 15 de febrero y 15 de abril cualquier visitante o habitante mayor de 18 años pudo participar a través de Internet. Las categorías eran: cultura, deportes, gastronomía, ¡vive palma! y compras.

Fueron presentadas más de 2000 fotografías, el criterio de valoración del jurado fue que las imágenes mostrasen una imagen moderna, dinámica, alegre, viva, cosmopolita de la ciudad, y que explicaran por qué la capital balear es la mejor ciudad del mundo para vivir.

Tras subir una imagen en cada categoría hacia mediados de marzo, el 2 de mayo de 2016, el gerente de la fundación, Pedro Homar Oliver, comunicó vía mail que había resultado ganador de la categoría de Cultura (*Figura 32*). Además, de entre todas las fotos ganadoras por categoría, nuestra imagen también había sido elegida ganadora absoluta del concurso.



Figura 32. Fotografía ganadora absoluta y de la categoría “Cultura” del I Concurso Fotográfico Palma 365.

Sin lugar a dudas, fue una grata e inesperada sorpresa ganar con esta foto de los correfuegos mallorquines. Logramos un gran premio, aunque realmente lo importante, fue el orgullo que supone que una de tus imágenes vaya a utilizarse para promocionar tu ciudad. La nota de prensa de la fundación, fue publicada en diversos medios locales, nacionales, extranjeros y compartido en redes sociales (Figura 33). Asistimos a una entrevista en una radio local en la que querían conocer al ganador. En la ceremonia, recibimos de la mano del señor Alcalde, el premio y atendimos a la televisión local. En el mes de junio, también hemos podido ver la imagen publicada en un artículo de revista de la aerolínea “Air Europa”, *Europa Magazine*, que se encuentra gratuitamente a bordo de cada aeronave. Por razones legales sobre los derechos de las fotografías, no hemos podido colaborar en hitRECORD con ninguna de las imágenes presentadas.



Figura 33. Capturas notas de prensa en diferentes medios y redes sociales.

A pesar de todo, somos conscientes de que no se basa todo en ganar, como se dice muchas veces: “lo importante no es llegar, lo importante es el camino”. Por ese camino continuamos a día de hoy y seguimos aprendiendo cada día. Cuando uno hace lo que le gusta y busca su oportunidad sin parar, puede lograr lo que se proponga.

3.3 Video caso.

Desde el principio, todo ha sido grabado con la intención de documentar la experiencia. El resultado es un *mashup* que recoge los pasos llevados a cabo durante todo el año académico.

El propio vídeo acaba siendo un meta vídeo remix de todo el TFG. Mostrando de forma poco convencional mis aptitudes y cualidades, logramos llevar el TFG a otra dimensión.

Todos los procesos de creación de las obras para la comunidad han sido grabadas. Desde la descarga de las obras, en caso de un remix, hasta la subida de su pieza y su posterior recorrido dentro del sitio web. Como pueden comprobar en el vídeo, se muestran imágenes del momento de subida de algunas piezas, los comentarios que recibimos, etc. Al final llegamos a almacenar más de 1500 Gigabytes entre vídeo capturado de lo que sucedía en la pantalla, los documentos del TFG y las creaciones para la comunidad de hitRECORD.

Decidimos dividir el vídeo en 4 secciones, con una breve introducción en cada una de ellas. La estructura del guion es la siguiente:

1. ¿Cómo comenzó todo?
2. Cultura remix y copyright.
3. La experiencia en hitRECORD.
4. Resultados.

En todo momento tratamos de cuidar el discurso para que tuviese la sonoridad y la musicalidad precisa. El resultado es un vídeo con gran ritmo, en sincronía y capaz de mostrar el proceso llevado a cabo durante el año.

La finalidad de la pieza y el proyecto en sí, ha sido conseguir ampliar nuestro *portfolio* personal y que cualquier persona sea capaz de entender este experimento colaborativo. En estudios superiores como los nuestros, creemos que un ensayo multimedia es lo ideal. Casi la única forma para que nuestro proyecto no acabe en un cajón con polvo.

Capítulo 4

CONCLUSIONES

Sin lugar a dudas, con la ayuda de mi Tutor, este Proyecto ha sido lo mejor que he hecho en estos 5 años. Ese era el objetivo. Tras todo el año trabajando con el sueño de acabar el Grado de una forma distinta, lo hemos conseguido y hemos llegado a varias conclusiones. Algunas de ellas, las hemos ido dejando apartado tras apartado durante esta versión escrita.

El vídeo caso es el clímax de este Proyecto. Con él, pretendemos más adelante encontrar un puesto de trabajo. Hemos llevado el TFG un paso más allá. Con la colaboración de mi tutor, Jon Dornaletetxe, hemos trascendido la figura clásica de un tutor con su alumno.

HitRECORD ha conseguido aunar, gracias a la revolución tecnológica, a una comunidad de artistas que ponen su creatividad al servicio de la comunidad. Respetando las leyes de propiedad intelectual, han revolucionado la creatividad interactiva permitiendo que los usuarios creen a partir de cualquier contenido de la comunidad o que pertenezca al dominio público. Constatando esta realidad en la que los principales productores culturales, se ven desafiados por obras de creación colectiva que nada tienen que envidiar a las suyas, podemos afirmar que la red es el hábitat ideal de este nuevo usuario creativo. La organización de la cultura cambia con la ayuda del resto de esfuerzos individuales.

Estamos viviendo la cultura de la remezcla. Aunque después de esta investigación podemos asegurar que, como señala Lessig Lawrence, el *remix* siempre ha estado presente, forma parte de la manera natural de dar coherencia y sentido al mundo.

Quizás haya llegado el momento de adaptar parcialmente las leyes de propiedad intelectual y que los grandes productores culturales cedan mínimamente en sus insaciables ansias monetarias. Las leyes fueron redactadas en un momento en el que la tecnología no formaba parte de nuestra vida, y en el cual, estaba establecido un espacio vertical de creatividad en el que los ciudadanos no podían participar en la creación de la cultura a través de la remezcla. La proliferación de comunidades como hitRECORD ha de traer consigo una legislación, unas normas de convivencia acordes a los tiempos en que vivimos.

Conclusiones

Compartir el material creativo sin tantas restricciones, es decir, abierto a un público o comunidad para reutilizarlo, puede dar lugar a piezas de una belleza superior a las originales. Lo hemos podido comprobar en la comunidad de hitRECORD.

Como en cualquier ámbito de la vida, hemos ido aprendiendo a base de errar, de seguir indagando y con una actitud proactiva. Hemos cumplido los objetivos aprendiendo nuevas técnicas como la del cinemagraph o timelapse. Hemos mejorado en el manejo de los software de edición. Al final hemos logrado crear piezas bastante dignas desde un punto de vista estético y creativo. Cosas que cuando comenzamos con este trabajo práctico experimental, ni soñábamos en llegar a hacer.

Al final hemos conseguido tener repercusión, tanto en el interior de la comunidad como en el exterior siendo finalista y ganador de un concurso fotográfico, gracias en parte a la experiencia en hitRECORD. Queda demostrado el perfil multifuncional que poseemos, hemos logrado ampliar el *portfolio* personal y, han quedado recogidas las competencias y habilidades adquiridas.

En definitiva, hemos comprobado de primera mano, a través de un experimento interactivo muy concreto, el cambio ocurrido en la cultura. Internet y las nuevas tecnologías digitales posibilitan que el usuario pueda intervenir creativamente en la construcción de la cultura. Ha llegado la hora de la cultura remix.

Capítulo 5

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Ley:

España, (1996). Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, de la Ley de Propiedad Intelectual por el que se aprueba el texto refundido, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. *Boletín Oficial del Estado* [en línea], 22 abril de 1996, 97, pp. 14369-14396. [Consulta 28 mayo de 2016]. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/1996/04/22/pdfs/A14369-14396.pdf>

Documentales y charlas TEDx:

Ferguson, K. (2012). *Everything is a remix*. Recuperado de: <http://everythingisaremix.info/watch-the-series/>

Ferguson, K. (2012). *Acepta el remix*. Charlas TED. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/kirby_ferguson_embrace_the_remix?language=es

Franzen, B. (2009). *Copyright Criminals*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=I5XhJ_OrUnU

Gaylor, B. (2008). *RiP! – A remix manifesto*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Q-I5m3Sl_Gk

Robinson, M. (2014). *Como el sampling transformó la música*. Charlas TED. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/mark_ronson_how_sampling_transformed_music/transcript?language=es

Libros:

Artatxo, I. (2008). La gestión de conocimiento a través de las licencias Creative Commons: la Real Academia de la Lengua Vasca. En Gómez, J. A., & Torres, J. (coords.), *El copyright en cuestión: diálogos sobre propiedad intelectual* (115-125). España: Universidad de Deusto.

Carr, N. (2014). *Atrapados: Cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas*. España: Taurus.

Castells, M. (2005). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. España: Alianza Editorial.

Csikzentmihályi, M. (2006). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

De la Cueva, J. (2015). *Manual del ciberactivista: Teoría y práctica de las acciones micropolíticas*. España: Bandaàparte Editores.

Domínguez, M., Martínez, R., Sádaba, I., Rowan, J. & ZEMOS98 (2013). *La tragedia del copyright: Bien común, propiedad intelectual y crisis de la industria cultural*. España: VIRUS Editorial.

Elías, C. (2015). *El selfie de galileo*. España: Ediciones Península.

Fossatti, M., & Gemetto, J. (2012). *Arte Joven y Cultura Digital*. [Versión de Ártica Centro Cultural] Recuperado de <http://www.articaonline.com/descarga-el-e-book-arte-joven-y-cultura-digital/>

García, D. (2014). *¿Por qué Marx no habló de copyright?: la propiedad intelectual y sus revoluciones*. España: Enclave de libros.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Lawrence, L. (2012). *Remix: Cultura de la remezcla y derechos de autor en la era digital*. España: Icaria Editorial, S. A.

Lethem, J. (2008). *Contra la originalidad: Un ensayo iconoclasta*. México: Tumbona Ediciones.

Bibliografía

Levy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Manovich, L. (2013). *El software toma el mando*. España: Editorial UOC.

Ohmae, K. (2004). *La mente del estratega*. España: MacGraw-Hill, D.L.

Planas, C. (2008). Los contratos editoriales en la era del acceso: la desintermediación legal. En Gómez, J. A., & Torres, J. (coords.), *El copyright en cuestión: diálogos sobre propiedad intelectual* (23-42). España: Universidad de Deusto.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. España: Editorial Gedisa, S.A.

Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan*. España: Ediciones Deusto S.A.

Tascón, M. (2012). *Escribir en Internet*. España: Galaxia Gutenberg.

Artículos académicos:

Castillo, R. (2008). Introducción a la web 2.0. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/02/rcb.htm>

Fabbri, P. (2012). La era remix. *Alfabetas*, 16, 5-12. Recuperado de http://www.ortegaygasset.edu/admin/descargas/contenidos/01_Fabbri.pdf

Feltrero, R. (2003). Propiedad intelectual y conocimiento público: Derechos del investigador y del ciudadano sobre el copyright. *Isegoría*, 28, 143-158.

Knobel, M., & Lankshear, C. (2011). Remix: La nueva escritura popular. *Cuadernos Comillas*, 1, 105-126. Recuperado de <http://www.fundacioncomillas.es/cuadernos-comillas/cuadernos/>

Lafuente, A. (2007). Los cuatro entornos del procomún. *Archipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura*. (77-78), 15-22.

Manovich, L. (2008). Comprender los medios híbridos. Traducción Eva Noriega y Melissa Mutchinick. Recuperado de http://www.academia.edu/2800625/Comprender_los_medios_h%C3%ADbridos

Miró, F. (2007). El futuro de la propiedad intelectual desde su pasado. La historia de los derechos de autor y su porvenir ante la revolución de Internet. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*. 1 (2), 103-155.

Tello, E. (2007). Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 4(2), 1-8. Recuperado de <http://www.uoc.edu/rusc/4/2/dt/esp/tello.pdf>

Webgrafía:

O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0*. *Oreilly.com*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Página concurso “Palma 365”: <http://www.palma365.es/>

Página concurso “30 Palma Fotográfica 2016”: <http://palmafotografica.blogspot.com.es/>

Página “VIII Festival Publicatessen 2016”: <http://festivalpublicatessen.com/>

Página perfil personal en hitRECORD: https://www.hitrecord.org/users/Pablo_Sabater

Página oficial Creative Commons: <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

Página oficial hitRECORD: <http://www.hitrecord.org>

Página oficial hitRECORD en Facebook: <https://www.facebook.com/hitrecord/timeline>

Bibliografía

Página oficial hitRECORD en Tumblr: <http://hitrecord.tumblr.com/>

Página oficial hitRECORD en Twitter: <https://twitter.com/hitrecord>

Página oficial hitRECORD en Youtube: <https://www.youtube.com/user/hitrecord>

Página Joseph Gordon-Levitt en Facebook:

<https://www.facebook.com/JoeGordonLevitt?fref=ts>

Página Joseph Gordon-Levitt en hitRECORD: <https://www.hitrecord.org/users/Joe>

Página Joseph Gordon-Levitt en Twitter: <https://twitter.com/hitrecordjoe?lang=es>

Página Joseph Gordon-Levitt en Tumblr: <http://hitrecordjoe.tumblr.com/>

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.aed.).

Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

Capítulo 6

ANEXOS

Anexo 1 - Tablas con los datos de cada obra subida a hitRECORD


Leyenda tabla: T Fotografías T Sonido T Video T Diseño Gráfico T Gif o cinemagraph
 Datos consultados el 30/06/2016 ♥ Recomendaciones que ha recibido de otros usuarios Highlights personales Remix

Título	Fecha de subida	Visualizaciones	♥	Comentarios	Recursos reutilizados	Remezclas otros usuarios	Proyectos/retos colaborados
Segovia aqueduct in the dark night	05/08/2015	628	69	4	-	0	6
Summer Light	05/08/2015	52	4	0	-	0	8
Sunset nature	05/08/2015	112	7	0	-	0	13
Ready for anything	05/08/2015	367	23	3	-	3	5
Tangled branches	06/08/2015	85	9	0	-	0	12
Barcelona Mansion	07/08/2015	130	11	0	-	0	8
Can i see you tonight?	07/08/2015	538	50	0	-	0	16
Surfin Mallorca	07/08/2015	272	19	0	-	0	9
Cathedral of Segovia	10/08/2015	162	7	0	-	0	6
Surreal at home	10/08/2015	158	8	0	-	0	2
Finswimming in the pool	10/08/2015	135	4	0	-	0	7
Alcazar of Segovia (Sunset)	10/08/2015	346	32	0	-	0	8
I'm the messenger	11/08/2015	130	6	0	-	0	8
Urban Barcelona	11/08/2015	287	29	0	-	0	7
Salvador Dali Museum (Figueres)	11/08/2015	29	2	2	-	0	9
Fly high without looking down!	11/08/2015	182	7	0	-	0	10
Yisus craist (LensProject 19)	12/08/2015	20	3	0	-	0	1
MACBA museum at Barcelona (skaters)	12/08/2015	193	5	0	-	0	7
Old town (Segovia)	13/08/2015	168	10	0	-	0	8
Alcazar attack	13/08/2015	132	7	0	-	0	10
Bohemian Lights (Barcelona)	13/08/2015	287	12	0	-	0	12
Test Diving (finswimming)	13/08/2015	361	21	0	-	1	4
Somewhere in Cadaqués/Catalonia	14/08/2015	92	9	1	-	0	10
Hispanic Day (Barcelona)	14/08/2015	43	3	0	-	0	8
Fantasy clouds	14/08/2015	325	24	0	-	0	7
On a thin line	14/08/2015	90	4	0	-	0	7
Why walk? (Barcelona City)	16/08/2015	98	8	0	-	0	8
Imminent collision	17/08/2015	71	4	0	-	0	8

Leyenda tabla: T Fotografías T Sonido T Vídeo T Diseño Gráfico T Gif o cinemagraph

Datos consultados el 30/06/2016

 Recomendaciones que ha recibido de otros usuarios Highlights personales Remix

Título	Fecha de subida	Visualizaciones		Comentarios	Recursos reutilizados	Remezclas otros usuarios	Proyectos/retos colaborados
Heart to you	17/08/2015	113	9	0	–	0	9
Walker!	17/08/2015	370	34	0	–	0	5
Tell the truth...	18/08/2015	18	2	0	–	0	1
Costa Brava (Spain)	18/08/2015	175	11	0	–	1	7
Never is too late to...	19/08/2015	31	3	0	–	0	1
Surreal skater (Barcelona)	19/08/2015	82	5	0	–	0	5
Six word story (remix)	20/08/2015	34	1	1	1	0	1
Riders (Barcelona)	20/08/2015	63	5	0	–	0	4
On the road (TLP week 20 B/W)	20/08/2015	431	38	0	–	0	1
MACBA skate zone	24/08/2015	428	3	0	–	0	4
My face	24/08/2015	86	2	0	–	3	4
Cathedral Barcelona	24/08/2015	39	3	0	–	0	4
Kid Stuff (Barcelona)	24/08/2015	155	14	2	–	0	6
Alcazar Segovia (sunset)	25/08/2015	98	7	0	–	0	5
Exit to the world (BCN)	25/08/2015	69	8	0	–	0	5
Streets of Barcelona (sunset)	25/08/2015	122	7	0	–	0	4
Sirens (Finswimming)	25/08/2015	43	3	0	–	0	4
Finswimmers starts (TLP week 21 motion)	26/08/2015	281	20	0	–	0	1
Raval theater.	26/08/2015	123	8	0	–	0	5
Light, lights, darkness.	26/08/2015	252	21	0	–	0	6
Cathedral Mallorca	27/08/2015	370	37	2	–	0	8
Soothing sound (cinemagraph)	27/08/2015	256	14	0	–	1	4
Recording in my house (cinemagraph)	27/08/2015	532	38	1	–	2	4
Slow shutter on the road	28/08/2015	132	9	0	–	0	5
The Mediterranean Sea (Mallorca East coast)	28/08/2015	260	17	0	–	1	6
Six Word Story (REMIX)	31/08/2105	14	0	0	1	0	3
Traffic Lights (cinemagraph)	31/08/2105	36	2	0	–	1	3
Edition of cinemagraph (compilation REMIX)	01/09/2015	378	22	1	39	0	5

Anexos

Leyenda tabla:

T Fotografías
 T Sonido
 T Vídeo
 T Diseño Gráfico
 T Gif o cinemagraph

Datos consultados el
30/06/2016



Recomendaciones que ha recibido de otros usuarios

 Highlights personales

 Remix

Título	Fecha de subida	Visualizaciones		Comentarios	Recursos reutilizados	Remezclas otros usuarios	Proyectos/retos colaborados
The Lens Project "Illusion"/I guess it's the sky	02/09/2015	97	2	0	–	0	1
EDIT-REMIX "The In-Between Moments"	05/09/2015	779	65	14	102	1	4
Night inspire you (TLP week 23)	09/09/2015	317	24	0	–	0	1
TLP25: Self Portrait (Me, me & me)	24/09/2015	365	26	3	–	0	2
World Clock & TV tower	28/09/2015	274	16	0	–	0	5
Brandenburger Tor, BERLIN.	29/09/2015	287	20	0	–	0	5
Konzerthaus, BERLIN.	29/09/2015	199	7	0	–	0	4
Berlin TV tower/power	30/09/2015	351	29	0	–	0	6
Patterns for nothing!	30/09/2015	243	15	1	–	0	3
Record the life!	30/09/2015	393	32	0	–	0	3
HitRECORD, icon ketchup.	30/09/2015	320	20	0	1	0	3
TLP26: Color RED (My dog)	30/09/2015	206	16	0	–	0	2
Checkpoint Charlie	06/10/2015	218	14	0	–	0	4
Holocaust-Mahnmal-BERLIN	06/10/2015	169	11	0	–	0	4
RERECS 06/10/2015	06/10/2015	383	11	2	6	0	1
TLP #27 - Hidden Biodiversity	07/10/2015	472	25	0	–	0	2
FaCeS rEmIx	17/10/2015	394	21	8	21	1	4
TLP #28 - Look up!	19/10/2015	527	51	0	–	1	2
Sitting on the wave	22/10/2015	243	21	1	–	0	5
TLP #29 - Horror vacui	24/10/2015	665	53	1	–	0	1
ReRees Images 27/10/2015	27/10/2015	348	19	5	7	0	1
TLP #31 - Connections	05/11/2015	290	18	0	2	1	2
EDIT-REMIX "Our Magic World"	09/11/2015	637	37	9	53	0	3
TLP #33-Vintage Sewing Machine	18/11/2015	882	100	1	1	1	2
TLP #34-Thankful to them!	26/11/2015	406	21	2	1	0	1
TLP #35 - NATURAL	02/12/2015	305	15	0	–	0	1
REMIX - WRC #1 - I, too, can be free	07/12/2015	290	16	4	6	2	1
TLP #36 = Off-centered	10/12/2015	424	31	1	–	0	1

T Fotografías
 T Sonido
 T Vídeo
 T Diseño Gráfico
 T Gif o cinemagraph
♥ Recomendaciones que ha recibido de otros usuarios
 Highlights personales
 Remix

Datos consultados el 30/06/2016

Título	Fecha de subida	Visualizaciones	♥	Comentarios	Recursos reutilizados	Remezclas otros usuarios	Proyectos/retos colaborados
REMIX - WRC #2	14/12/2015	538	58	1	13	1	1
TLP #37- Tell a story in two photos	16/12/2015	544	26	0	-	0	1
B/W Diary - Day 1	21/12/2015	213	13	0	-	1	1
REMIX - WRC #3 - Just add...	21/12/2015	300	22	2	3	2	1
B/W Diary - Day 2	22/12/2015	301	26	0	-	1	1
B/W Diary - Day 3	23/12/2015	165	12	0	-	1	1
B/W Diary - Day 4	24/12/2015	183	12	0	-	1	1
B/W Diary - Day 5	25/12/2015	319	17	0	-	1	2
B/W Diary - Day 6	26/12/2015	431	35	0	-	1	1
B/W Diary - Day 7	27/12/2015	485	42	0	-	1	1
B/W Diary - Day 8	28/12/2015	354	38	0	-	2	1
B/W Diary - Day 9	29/12/2015	507	19	0	-	1	1
B/W Diary - Day 10	30/12/2015	333	21	0	-	1	2
TLP #38 - Window light	10/01/2016	191	14	3	-	1	1
REMIX - WRC #4 - Subtraction	10/01/2016	441	45	2	1	2	1
Dat ass!	22/01/2016	31	5	1	-	0	4
REMIX - WRC #5 - COMEDY	26/01/2016	24	6	0	1	0	1
Surfing Day #1	08/02/2016	41	3	2	-	3	3
Surfing Day #2	08/02/2016	24	1	1	-	1	3
B/W - Ten days diary	08/02/2016	13	1	0	10	0	1
Wind #1	09/02/2016	32	2	2	-	0	2
Wind #2	09/02/2016	21	1	0	-	0	2
SURF REMIX	09/02/2016	47	3	0	9	1	4
Places of Mallorca #1	09/02/2016	26	0	0	-	0	4
Footage editing	10/02/2016	73	6	2	1	0	1
Remix - WRC #8 - Romance	10/02/2016	60	12	1	30	0	1
Footage pre-shooting	10/02/2016	21	2	0	1	0	1
TLP #39 - Rule of odds	11/02/2016	38	11	0	-	0	1

Anexos

Leyenda tabla: T Fotografías T Sonido T Video T Diseño Gráfico T Gif o cinemagraph

Datos consultados el 30/06/2016



Recomendaciones que ha recibido de otros usuarios



Highlights personales



Remix

Título	Fecha de subida	Visualizaciones		Comentarios	Recursos reutilizados	Remezclas otros usuarios	Proyectos/retos colaborados
Places of Mallorca #2	11/02/2016	9	1	0	-	0	2
Nature	11/02/2016	22	2	0	-	0	3
Surfing Lifestyle	12/02/2016	24	10	0	-	0	1
Perfect flight	12/02/2016	14	3	0	-	0	3
Living on the edge	12/02/2016	16	4	0	-	0	3
Sheeps	15/02/2016	13	0	0	-	0	2
Footage Beach	15/02/2016	12	2	0	-	0	2
Footsteps #1	15/02/2016	7	0	0	-	0	1
Footsteps Longboard #2	15/02/2016	18	1	0	-	0	1
Take cover!	16/02/2016	16	5	0	-	0	3
Fire eaters	16/02/2016	28	13	2	-	2	4
Come dance with the devil!	16/02/2016	48	17	3	-	0	4
TLP #40 - Intersecting lines	17/02/2016	33	11	0	-	0	1
Remix - WRC #9 - Time	18/02/2016	133	51	5	5	2	1
Guitar Pick #1 - Astronaut	19/02/2016	91	35	4	3	2	1
Guitar Pick #2 - Recording	19/02/2016	31	9	0	1	1	1
Guitar Pick #3 - Making art	19/02/2016	25	9	1	1	0	1
Guitar Pick #4 - Surprised	19/02/2016	35	15	0	2	0	1
Guitar Pick #5 - Electric	19/02/2016	15	5	0	3	0	1
Guitar Pick #6 - Its not a joke	19/02/2016	23	8	0	3	0	1
Cat	22/02/2016	22	11	0	-	0	1
Freedom	22/02/2016	13	5	2	-	0	1
User photo	22/02/2016	34	19	0	-	1	2
Stylish	23/02/2016	28	14	0	-	0	1
Brandenburg Gate	23/02/2016	11	4	0	-	0	1
TLP #41 - Hot & cold	23/02/2016	71	26	0	-	0	2
Untitled Vinyl Album - Design #1	24/02/2016	24	4	0	12	0	1
Untitled Vinyl Album - Design #2	24/02/2016	33	6	0	9	0	1

Leyenda tabla: T Fotografías T Sonido T Video T Diseño Gráfico T Gif o cinemagraph
♥ Recomendaciones que ha recibido de otros usuarios Highlights personales Remix

Datos consultados el 30/06/2016

Título	Fecha de subida	Visualizaciones	♥	Comentarios	Recursos reutilizados	Remezclas otros usuarios	Proyectos/retos colaborados
Untitled Vinyl Album - Design #3	24/02/2016	30	8	1	10	0	1
Untitled Vinyl Album - Design #4	24/02/2016	53	16	1	11	0	1
Remix - WRC #10 - Unknown	25/02/2016	40	14	1	13	0	2
Earth, water & air	02/03/2016	11	4	0	-	0	3
At beach!	02/03/2016	5	2	0	-	0	3
Surreal wedding	02/03/2016	15	7	0	-	0	2
Cinemagraph "Almudaina"	02/03/2016	8	2	0	-	0	1
The Notebook Project #1	03/03/2016	34	16	2	6	0	1
The Notebook Project #2	03/03/2016	44	22	2	8	0	1
The Notebook Project #3	03/03/2016	38	19	1	7	0	1
The Notebook Project #4	03/03/2016	60	31	3	7	0	1
The Notebook Project #5	03/03/2016	20	4	0	5	0	1
The Notebook Project #6	03/03/2016	35	14	1	6	0	1
TLP #42 - Trick photography	04/03/2016	68	15	0	-	0	1
Remix - WRC #11 - GO	08/03/2016	36	16	0	11	0	1
Eternal flame	19/04/2016	23	14	0	-	0	1
Night vision	19/04/2016	70	38	2	-	2	1
The only source of wisdom	19/04/2016	158	87	10	-	1	1
I know you look at me	19/04/2016	27	11	2	1	0	1
Follow the money	19/04/2016	23	14	0	-	0	1
Some treasures should not be discovered	19/04/2016	14	8	0	-	0	1
TLP #49 - Reflection	20/04/2016	66	25	3	-	0	1
Banner project	20/04/2016	16	4	0	10	0	1
Taking a nice walk BCN	20/04/2016	49	6	4	1	2	3
Toys	21/04/2016	21	8	0	-	0	1
Relaxing	21/04/2016	23	13	2	-	0	1
Gravity	21/04/2016	82	40	3	-	0	1
Urban rail	21/04/2016	54	37	0	-	0	1

Anexos

Leyenda tabla:

T Fotografías
 T Sonido
 T Vídeo
 T Diseño Gráfico
 T Gif o cinemagraph


Datos consultados el
30/06/2016



Recomendaciones que ha recibido de otros usuarios

 Highlights personales

 Remix

Título	Fecha de subida	Visualizaciones		Comentarios	Recursos reutilizados	Remezclas otros usuarios	Proyectos/retos colaborados
I have seen the writing on the wall	22/04/2016	14	5	0	–	0	3
On the road to Montpellier	22/04/2016	38	1	0	1	0	3
Timelapse #1	22/04/2016	25	4	0	1	1	4
Timelapse #2	22/04/2016	40	11	0	1	2	4
What are you waiting for?	22/04/2016	26	13	0	–	0	3
Homeless woman sleeping	22/04/2016	17	2	0	–	0	2
Remix "Show Open" Mixtape	26/04/2016	71	13	3	11	0	1
TLP #50 - Minimalism	27/04/2016	38	21	0	–	0	1
Footage One night in Palma	27/04/2016	18	2	2	1	0	3
Footage bonfire	27/04/2016	13	2	0	–	0	1
Footage Mallorca Beach	27/04/2016	18	3	0	1	0	3
Limitless	27/04/2016	29	18	0	–	0	2
Riders	27/04/2016	34	17	0	–	0	3
Geometry	27/04/2016	28	14	0	–	0	4
REMIX - Soft focus (short film)	28/04/2016	55	10	4	14	0	2
Naturally	28/04/2016	15	5	0	–	0	3
Reggae style	28/04/2016	20	9	0	–	0	2
Remix - Shadow Caste Loading	03/05/2016	20	4	0	3	0	1
Remix - Shadow Caste Start/Quit	03/05/2016	25	6	0	6	0	1
Remix - Shadow Caste Bumper	03/05/2016	18	6	0	3	0	1
Parties	03/05/2016	30	15	0	–	0	0
TLP #51 - Perspective Distorsion	04/05/2016	49	21	1	–	0	1
Landscape beach	05/05/2016	21	10	0	–	0	5
Seagull	05/05/2016	26	14	0	–	0	5
Waves	05/05/2016	42	22	0	–	0	4
Fuck it - Jon & Max	27/05/2016	74	22	7	–	0	6

Anexo 2 - Memoria externa con todas las obras y el “video caso”

Se adjuntas 2 USB que contienen todas las piezas creadas, fruto de la colaboración en hitRECORD, y también el video caso.

