



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA

LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Ellos me dicen.

Productos no autorizados vs productos autorizados

Trabajo terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Trabajo de Investigación Etnográfica y Análisis Interpretativo III

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Karla Selena Como Martínez

Matrícula No. 2133047311

Comité de Investigación:

Director: Dr. Luis Reygadas Robles Gil

Asesores: Dr. Gustavo Lins Ribeiro

Mtro. Fausto Dzilam Méndez Villagrán

Agradecimientos

El escribir estas palabras significa el cierre de un ciclo, y por ello me es importante agradecer a todos y todo aquello que me ayudo en estos cuatro años de carrera, de nuevas dinámicas, situaciones, nueva ciudad, y formas de vida. En realidad tengo decenas de agradecimientos para repartir por estos años, tanto a personas, situaciones, y lugares, que fueron ajenos y conocidos.

Mi hermano ha sido un gran pilar no solo para el proceso de la tesina, sino también durante toda la carrera, donde me ha otorgado sus oídos, sus conocimientos de hermano mayor, su tiempo; llamadas a mitad de la noche que me ayudaban a aclarar ideas. Gracias por todo tu cariño, tu acidez, y a veces tu comprensión. Sin ti, sin duda alguna el realizar esto se hubiera vuelto más difícil e incomprensible.

A mi alma gemela Amiel, con quien tuve la fortuna de cruzarme con ella desde el primer día de la carrera y me ha acompañado hasta el final. Con sus muy razonables opiniones y comentarios, gracias por crear charlas tontas para no pensar en la tesis, o en las situaciones complicadas de la vida. Y sobre todo gracias por toda tu calidez que antes de tu llegada lo creía irreal.

A mi pequeña Gabriela, que sin sus grandes conocimientos no hubiera podido encontrar el camino hacia lo que en verdad quería pero ni yo me entendía. Además de explicarme de la manera más fácil posible, temas y lecturas que me eran difíciles de comprender. Tus consejos son más que importantes para mí, no solo para lo académico, ya que eres aquel carácter que a veces envidio.

A mi kitty woman Miriam, que más que mi amiga se convirtió en mi confidente, en ella encuentro la suficiente confianza para realizar cualquier cosas, incluso para salir un día que pintaba ser malo antes de tus mensajes o llamada. Tu manera de interesarte en todo aquello que te cuento por mas burdo que parezca, me hace sentir una persona confiada y me animas a seguir adelante.

A Luz Clarita, quien a pesar de desconocer muchos detalles de las situaciones complicadas por la distancia, siempre estas detrás del teléfono para animarme y recordarme lo valiosa que soy.

Al buen Gerardo, que se volvió mi par a la mitad de la carrera y tomo el papel de realidad que le hacía falta a mis ideas, tanto académicas, como personales y de vida. Además gracias por aguantar mis quejas, mis dudas e inseguridades que la tesina y la vida misma puede generar en ciertas personas.

A mi madre, que a pesar de nuestras discusiones e inconformidades, hiciste todo lo posible para que estos cuatro años los padeciera lo menos posible. Y tu padre, eres feo...pero te quiero; gracias por todos los sacrificios que ambos han hecho por mí, y trabajaré duro para que no se avergüencen de ser mis padres.

A mis tíos y primas que me abrieron las puertas de su casa para que pudiera hacer realidad estos cuatro años.

A mis lectores, que se tomaron el tiempo en sus ocupadas agendas para leerme y hacerme comentarios, los cuales me ayudaron a comprender de una mejor manera el tema. A ambos los estimo y aprecio, no solo como mayores sino como amigos.

A mis compañeros de tesis, de generación y de carrera, les agradezco su compañía y consejos que volvieron divertidos aquellos días difíciles, momentos de charlas y chismes que se quedan en recuerdos con ganas de más.

Y por último pero no menos importante a mi asesor de tesis, su guía, su tiempo y sobretodo sus comentarios, me orientaron y me ayudaron a ir puliendo cada vez más esta investigación, con esperanzas de extenderla en un futuro.

Índice

Introducción	5
Pregunta central.....	6
Hipótesis.....	6
Entrada al campo	8
¿Cómo entré al campo virtual?	8
Capítulo uno	11
<i>Free sharing</i> /piratería.....	11
¿Qué es el <i>free sharing</i> ?	12
¿Cómo funciona el <i>free sharing</i> ?.....	13
¿Dónde encontrar películas gratuitas?.....	19
Compucali.tv.....	20
Repelis.tv:.....	22
Inkapelis.com	23
The pirate bay	24
¿Cómo conciben la “piratería” los administradores de las páginas?.....	26
Economía de reconocimiento y de la publicidad	27
Reconocimiento	28
Publicidad.....	29
¿Cómo le hacen para que no les cierren sus páginas?	30
Capítulo dos	34
Cine nacional.....	34
Perspectivas sobre su producción, estrategias y narrativas.....	34
Cine mexicano.....	35
¿Qué se está haciendo por el cine mexicano?	39
¿Pero esto es suficiente?.....	42
Inconvenientes para consumir cine	45
Costos y zona geográfica.....	45
¿Qué me dice la industria del <i>free sharing</i> ?.....	48
Derechos de autor, ¿un incentivo para la creación?.....	50

Estrategias	51
Capítulo tres	57
Más allá de los rudos técnicos	57
¿El <i>free sharing</i> como un mal necesario?	58
¿Qué me dice el <i>free sharing</i> ?.....	61
¿Quién pierde realmente por la práctica del <i>free sharing</i> ?	63
Competencia.	64
¿Cómo compites con algo que es gratuito?	65
¿El <i>Free sharing</i> como consecuencia?.....	65
Consumidores/usuarios	67
Conclusiones finales	70
Trabajos citados	75

Introducción

En la era de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), el Internet se ha convertido en un excelente medio para la difusión, intercambio y acceso a la información, en todas partes del mundo, acerca de todos los temas que se nos puedan ocurrir. Es una vasta red que interconecta países, ciudades y personas, la información se transmite en cuestión de milésimas de segundo, además de facilitar el compartir, relacionarse, crear y desarrollar el contenido adecuado para satisfacer las necesidades de los usuarios. Gustavo Lins Ribeiro (2002) menciona que el ciberespacio puede ser entendido como un espacio-público-virtual, en donde las fronteras, el espacio geográfico y las identidades, se vuelven irrelevantes, la información en su mayoría es pública y podemos apropiarnos de este espacio dependiendo de nuestras necesidades.

Existe gran variedad de material gratuito, como música, imágenes, software, etc. Sin embargo, el Internet también ha servido como medio para la reproducción del sistema capitalista, poniendo a la venta contenidos virtuales: membresías para ciertas páginas, software, información, entre otros. O por este medio vender artículos físicos, en plataformas como eBay, Aliexpress, Mercado Libre.

El Internet es una puerta de entrada y salida para diversos tipos de material; gratuitos, con un costo, o el que originalmente tiene un costo, pero que aquí, en el ciberespacio, se encuentra de manera gratuita.

Pero también es un espacio de disputa y conflicto, entre lo que es, lo que debería de ser y lo que ciertos sectores quieren que sea. Es por ello que se vuelve un espacio de constante lucha por las nuevas formas de "ilegalidad" que aquí se desarrollan, pero también por aquellas maneras de reapropiación de este espacio y donde no todos están de acuerdo.

El tema central de esta tesis, es analizar la relación que existe entre la distribución no autorizada de productos vía online o lo que yo llamo *free sharing* de películas, y el cómo afecta, beneficia o ninguno de ambos, a la producción de cine

en México y viceversa; distinguiendo diversos actores, relacionando sus narrativas y las estrategias que emplean para hablar de sí mismos y de los otros.

El término de *free sharing* es creado por la palabra free de libre y gratis en inglés y sharing, del verbo compartir; en este sentido es el compartir de una manera libre y gratuita. Decidí utilizar este término debido a que la palabra “piratería” está cargada de múltiples significados, la mayoría de ellos negativos. Por lo que usarla para referirme a las personas que comparten contenido gratuito en Internet era complicado. De igual manera, más adelante lo abordaré con más detenimiento.

Comenzaré explicando mi pregunta central, con las preguntas secundarias, y la hipótesis

Pregunta central

1. ¿Cuáles son las narrativas y estrategias empleadas por las personas que practican el *free sharing* y por las productoras cinematográficas, para evadir las restricciones impuestas y para frenar la producción de copias ilegales en Internet respectivamente?

Hipótesis

Mi hipótesis consiste, en el caso del *free sharing*, que las personas recurren a la programación, y a los medios que el Internet les facilita para poder descifrar y romper los candados de los diferentes formatos en los que se distribuyen las obras cinematográficas, o compran la película original y a través de métodos de software crean una copia.

Y en el caso de las productoras de cine en México, promocionan contenido extra y regalos exclusivos para fomentar la adquisición de copias originales, pero también recurren a las campañas “antipiratería” y promueven regulaciones o leyes para defender el copyright.

2. ¿En qué consisten estas estrategias?

3. ¿Cuáles son las narrativas desde el punto de vista de los “piratas cibernéticos” y de las productoras de cine respecto al otro?

Hablar de este tema me recuerda a un ring de lucha libre, en el cual se enfrentan los rudos contra los técnicos; los productos no autorizados vs los productos autorizados. Haciendo referencia a aquellos discursos que todos hemos oído sobre el *free sharing* y de los encargados de proteger los derechos de autor y propiedad intelectual. Los cuales están cargados de distintos significados y connotaciones: negativas, positivas, neutrales...todas dependiendo de la posición en que se encuentra la que la persona que la emite. ¿Cómo pasar de la calificación o descalificación moral al análisis de las diversas facetas del fenómeno?

El presente trabajo analiza la relación entre el *free sharing* de películas y la producción cinematográfica, en especial, el cómo se afecta uno con otro, las debilidades de cada uno, y cómo interactúan entre ellos.

En el capítulo uno describiré las páginas en las que se pueden descargar películas en forma gratuita que estuve estudiando, así como lo que me dijeron las personas del *free sharing* durante las entrevistas; mostraré sus narrativas y las estrategias de las que ellos se valen para continuar haciendo lo que hacen.

En el segundo capítulo, hablo sobre el cine mexicano, en especial de cuántas películas se producen al año, las ganancias de estas películas y de lo que se está haciendo para una mejor difusión, así como para tener una mejor oferta de contenido o de plataformas para los usuarios, además de la relación que este tiene con el *free sharing* y de sus estrategias

En el capítulo tres, relaciono ambos bandos, analizando lo que piensan del otro, y por lo tanto cómo interactúan. Además mencionaré sus estrategias y sus narrativas, desglosando cada una de ellas, de igual manera hablare de la competencia que existe entre ellos, así como de los distintos actores involucrados

en esta interacción: consumidor, industria (productor, distribuidor y exhibidoras), creadores y *free sharing*.

Entrada al campo

El hacer una etnografía con una parte virtual es un poco complicado, ya que en el proceso no me sentía haciendo etnografía realmente, debido a que lo largo de la carrera la mayoría de los textos que se estudian son de etnografía clásica. Elisenda Ardévol (2016) menciona que para hacer etnografía en la red basta con trasladar los principios de la etnografía clásica a lo virtual, “hacer lo mismo de otra manera”:

- Estar ahí: enculturación y co-presencia
- Incorporar lo sintiente junto con lo cognitivo: observación participante
- Relevar categorías narrativas: entrevistas abiertas
- Atención a lo que se hace, a lo que se dice y a lo que se experimenta: cuaderno de campo.
- Flexibilidad interpretativa: dispositivos de generación y registro de datos.
- Creación de contexto de investigación: empatía y complicidad. (Ardévol E. 2016. Etnografías de lo digital)

Con herramientas de registro, forma de relación con el campo, notas de campo. La entrada al campo en este caso es la entrada al Internet, a relacionarme con ciertas personas o grupos en la web quienes me permitieron obtener la información necesaria para mi trabajo.

La mitad de mi tema de investigación es sobre *free sharing*. El mismo nombre inmediatamente hace que me remita a lo digital. Y es que es ahí en donde ese tema se desarrolla.

¿Cómo entré al campo virtual?

Mi campo de estudio en Internet fueron diversas páginas para compartir películas y series, me basé en la observación participante, esto quiere decir que

convivía y retroalimentaba con los usuarios y administradores de las páginas. Debo aclarar que dichas páginas abordadas con más detalle en los capítulos siguientes, cuentan con un espacio para la convivencia entre usuarios y administradores, para pedir series o películas, reportar un link caído, recomendar cierto contenido, etcétera. Además, estas páginas también se apropian de las redes sociales como Facebook, twitter, algunos de YouTube, para que esta retroalimentación sea más activa.

Es ahí donde empecé a observar el funcionamiento externo de las páginas, pero quería conocer un poco más, el cómo funcionaban internamente, las historias de los administradores y sobre todo su opinión al respecto de la industria del cine; así que por medio de sus redes sociales o correos, me puse en contacto con los administradores o los creadores de las páginas, para presentarme, hacerles saber sobre mi proyecto y preguntarles por la disposición de una entrevista.

Debo admitir que al momento de escribir el mensaje hacia ellos, mi cabeza estaba hecha un nudo, y la confusión se hacía cada vez más presente. No sabía con exactitud las palabras a utilizar, ya que quería de algún modo crear confianza tras el primer mensaje; y es que, la práctica del *free sharing* de películas y series es ilegal desde el punto de vista institucional; lo cual les genera cierta desconfianza hacia personas interesadas a estudiar el tema.

Comencé a enviarles mensajes a todas aquellas páginas para compartir películas y series que había observado en un principio, pero de unas ocho me respondieron cuatro, de las cuales dos dejaron en visto¹ el siguiente mensaje. Por lo tanto me di a la tarea de preguntarles a amigos sobre sus páginas de confianza y a buscar más páginas a lo largo de Internet. Un error que cometí es no pedirles a las personas entrevistas presenciales. Tanto el sujeto detrás del monitor como yo dimos por sentado que al mencionar entrevista, ésta se realizaría por el medio en que contacté a la persona.

¹ Visto es un término utilizado para referirse que la persona vio tu mensaje pero por alguna razón no te contestó.

La otra parte de mi campo fue menos confusa en cuestión de metodología para realizar, pero un poco más agotadora y compleja. Ya que en este punto las entrevistas se hicieron presenciales; lo que significó asistir a talleres, cursos, conferencias, incluso trasladarme a otro estado con la finalidad de comprender de una mejor manera el funcionamiento del cine en México. Esta parte del campo es la que sin duda más disfruté, porque la convivencia con las personas era más directa y presencial. Además de que existía más interacción con mis entrevistados.

Un problema que encontré a lo largo de la escritura de esta tesina, es que existe un desajuste en las entrevistas y en los datos obtenidos. Mi tema es sobre el cine mexicano, y como tal, los pertenecientes a la industria del cine en México me hablaron de la situación del cine nacional; el problema es que mis entrevistados por parte del *free sharing* me comentaban rasgos más generales sobre el cine en México, porque desconocen ciertos aspectos sobre el funcionamiento del cine mexicano, porque lo que ellos comparten en sus páginas es cine más comercial o más popular o que ha tenido buenas críticas y por lo tanto aquellas películas que de cierta manera son conocidas. Más adelante, es donde me di cuenta, que los datos obtenidos podrían estar desajustados, ya que no cuento con la suficiente información por parte de una industria del cine más comercial, en este sentido, el tipo de cine que se comparte masivamente por Internet, sino que pertenecen a un cine enfocado al arte o a la presentación de problemáticas sociales, lo que comúnmente se le llama “cine de culto”; sin embargo, entrevistar a personas que pertenecen a ese tipo de cine, me dio otra visión acerca de la situación del cine en México.

Capítulo uno

Free sharing/piratería

Lins Ribeiro menciona que “existe una globalización económica no hegemónica formada por mercados populares y flujos de comercio que está en gran medida animados por gente del pueblo y no por representantes de las elites (...) los mercados, los flujos y las redes de comercio de la globalización popular forma parte del sistema mundial no hegemónico. En general sus actividades se consideran ilegales o “contrabando”, los poderes establecidos lo llaman productos pirata” (2012:37-38)

A la infracción de derechos de autor, comúnmente se le conoce peyorativamente como “piratería”, haciendo referencia a la práctica del saqueo o vandalismo con fines de lucro.

Karaganis (2012) opina que el término “piratería” viene desde arriba y esto genera los prejuicios en las economías nacionales e incluso hace una crítica de como los estudios sobre copias no autorizadas ignoraban los beneficios para los consumidores. Igualmente nos indica que la globalización desde abajo “está estructurada por los flujos de personas, de mercancías, de información y de capital entre diferentes centros de producción y los mercados que, a su vez, son los nodos del sistema mundial no hegemónico” (P. 410)

De esta manera se puede entender que el término de “piratería” se crea por los poderes hegemónicos como una palabra para estigmatizar a personas desde la época de la colonia.

La distribución de copias no autorizadas, si bien ha sido siempre un problema, se ha ganado aún más la atención con la aparición de la era digital. Antes de los medios digitales, dicha práctica era limitada para la mayoría de las personas, ya que el riesgo asociado con las copias no autorizadas era alto en comparación con los beneficios financieros. Además, las copias de las mercancías requerían un

alto nivel de conocimientos técnicos gran parte del tiempo. Estos factores, combinados con la calidad generalmente inferior de los productos no autorizados, provocaban que este negocio fuera poco rentable. Una vez que los medios de comunicación se comenzaron a digitalizar, muchos de estos factores limitantes desaparecieron rápidamente.²

¿Qué es el *free sharing*?

La cultura solo existe compartida. Compartir es bueno. La creatividad se defiende compartiéndola. Las creadoras vivimos bien en un mundo en el que compartir es libre, lo fue durante mucho tiempo y fomentó la creatividad. (Padilla, 2012)

A la infracción de derechos de autor comúnmente se le conoce peyorativamente como “piratería”, haciendo referencia a la antigua práctica del saqueo o vandalismo marítimo con fines de lucro.

Hablar de “piratería”, sin lugar a dudas nos remite a un conflicto, ya que dicha categoría se encuentra dentro de la ilegalidad. Sin embargo ciertos sectores sociales lo ven como una práctica aceptable e incluso beneficiosa.

Sin embargo, he decidido nombrar a dicha práctica con la expresión *free sharing*, la cual no está cargada de connotaciones negativas. El término, se refiere a la acción ocurrida dentro de la red, ya que es ahí donde la práctica del compartir es gratis, y con la ideología de que debe ser libre, a diferencia del mundo *offline*, donde se le pone un precio monetario por los contenidos.

Pero lo anterior no quita el hecho de que existen múltiples formas de contenido no autorizado en Internet, por ejemplo:

- **Softlifting:** Prestar e instalar una copia de una aplicación de software de un colega.

² Consultado de: <http://piracy.web.unc.edu/test/>

- Uso excesivo de cliente-servidor: instalación de más copias del software de las licencias que se tienen.
- Carga del disco duro: Instalación y venta de copias no autorizadas de software en ordenadores nuevos o nuevos.
- Falsificación: Duplicar y vender programas con derechos de autor.
- *Free sharing*: Normalmente implica la descarga de software ilegal de la red peer-to-peer, subasta en Internet o blog.³

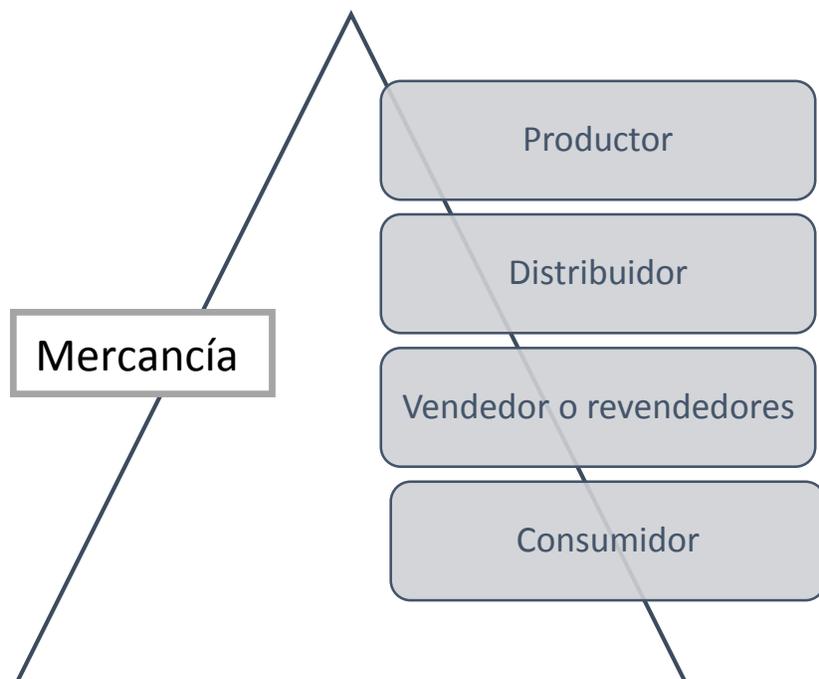
Diversos autores (Lins ribeiro; 2012, Karaganis; 2012, Lessig; 2004) opinan, que la práctica del *free sharing*, es consecuencia del propio sistema en el cual estamos sumergidos, y que sin dudas se debe buscar una alternativa para que en lugar de criminalizar y señalar, sean utilizados los conocimientos de estas personas para crear sistemas libres que estén dentro de la legalidad. Entendiendo que la práctica del compartir se genera por causas, que por lo general son los altos precios o un acceso limitado para ciertos sectores de la población.

¿Cómo funciona el free sharing?

El *free sharing* respeta el nombre del autor y de las personas involucradas, así como el valor creativo; por lo tanto, no es un robo al valor artístico del contenido como muchos lo mencionan. Lo que hace el *free sharing* es no pagar la licencia de los productos originales; lo que genera, es que el valor económico del artículo o contenido se pierda, por su manera gratuita de compartir, y es por eso que consideran al *free sharing* como uno de los principales responsables de pérdidas en la industria, porque las personas que comparten contenido gratis, no pagan por ello. Naím (2006) hace referencia al *free sharing*, como una nueva forma de organización potenciada por las nuevas tecnologías de la información y comunicación, que representa una adaptación, frente a la que los gobiernos se encuentran impedidos de frenar, ya que las fronteras se vuelven cada vez más porosas y las distancias cada vez más cortas.

³ Consultado de: <http://piracy.web.unc.edu/test/>

Hablar de contenido no autorizado digital y en general, el material no autorizado en físico, nos remite más a una conducta que a un producto, que abarca toda una serie de complejas redes para poner entenderla. Que van desde:



Donde alguien produce una mercancía y se la vende a un distribuidor o muchas veces, él mismo la distribuye a alguien, para que a su vez, esa persona lo revenda a otra persona, y esta otra, la pueda revender a otro vendedor de la misma manera, o pasar ya a un consumidor.

Pero en el caso del *free sharing*, es un sistema completamente distinto:



Es un sistema, donde una misma persona puede tomar el papel de cualquiera de los actores, ser tanto productor, como el distribuidor y el usuario al mismo tiempo y del mismo contenido. Ya que el *free sharing* es una vasta red de redes que abarca todos los lugares con Internet en el mundo, que en estos casos sería casi la totalidad del globo terráqueo, donde el productor de una película distribuida de manera no autorizada por internet, por lo general no vive de ello, sino muchas veces es un pasatiempo donde sólo necesita una computadora con Internet.

La red de redes en Internet se puede entender como aquella serie de contactos, conocidos, desconocidos, familiares y amigos, cualquier persona que es parte de un grupo en Internet y la cual por medio de otra persona o contenido se conecta con otro grupo de personas. Un ejemplo más claro de la articulación de la red de redes es la producción y distribución del *free sharing*. Una sola copia de un

material digital no autorizado, puede ser distribuido por todo el mundo pasando por miles de computadoras que sirven como servidores, de dueños que reproducen y distribuyen de nuevo esta copia para pasárselo a amigos y/o familiares con el simple hecho de compartirlos en los archivos p2p o BitTorrentz; con sólo una copia de algún contenido que sea subido a este tipo de plataformas se puede garantizar la reproducción en serie de esta copia, pero claro, ya teniendo miles de copias en las computadoras, celulares o tabletas de miles de personas que también sirven de servidores para una nueva reproducción y reproducción del contenido.



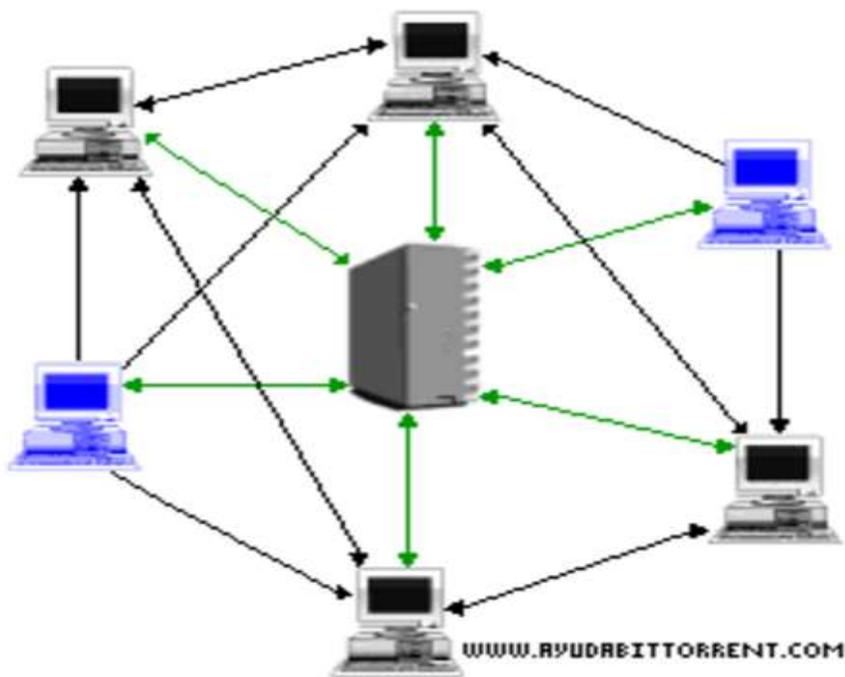
Antes de continuar creo necesario explicar que es un sistema de archivos p2p y un torrent:

Un sistema p2p se entiende como una red entre iguales o red entre pares, es una red de ordenadores en la que todos o algunos aspectos funcionan sin clientes ni servidores fijos, sino como una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí.

Los programas P2P son programas que convierten a los usuarios de una red en nodos, que automáticamente vuelven a los ordenadores en clientes y servidores a la vez, lo que permite realizar transferencias de archivos de manera rápida y sencilla entre usuarios de una misma red. Estos permiten ubicar archivos

rápidamente entre usuarios de una misma red, de esta manera, tendremos la opción de encontrar y compartir dicho archivo mientras se descargue en nuestro PC. Mientras más archivos tengamos para compartir, más rápida será la descarga de los archivos a nuestro PC.⁴

En la actualidad, existe una gran cantidad de programas de este tipo que son utilizados para mantener una enorme base de datos de programas y archivos, que pueden ser intercambiados por miembros de una misma red.



Consultado de: <http://www.ayudabitorrent.com/funcionamiento-protocolo-bittorrent>

El sistema de torrent se compone de tres principales actores:

Tracker: Es el servidor situado en el centro de la imagen. Es el único ordenador que conoce dónde se encuentran todos los usuarios y dónde todos los usuarios se conectarán para poder encontrar al resto de usuarios y conocer cuando se conectan

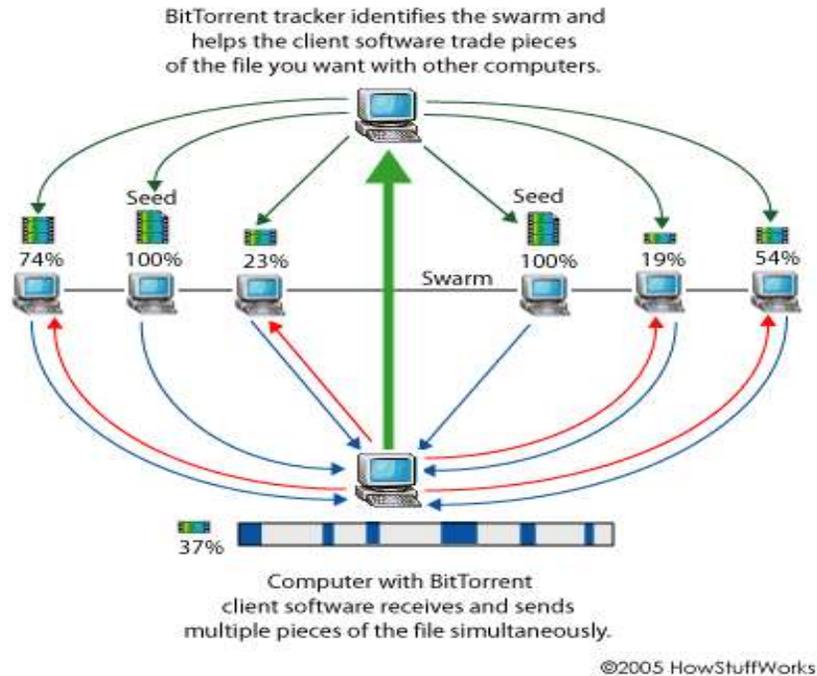
⁴ Consultado de: <http://culturacion.com/como-funcionan-los-programas-p2p/>

nuevos usuarios. Podemos ver esta unión por las flechas de color verde por las que sólo circula un poco de información para realizar la gestión de usuarios.

Seeds: Son los ordenadores de color azul y los únicos que tienen el 100% del archivo que queremos descargar. Estos usuarios envían el archivo al resto de usuarios. Como podemos observar en el esquema tan solo envían el archivo y no reciben nada.

Peers: Son los ordenadores de color negro. Se dedican a descargar los archivos de todos los peers y, a la vez, suben el trozo que tienen de archivo a otros peers. Aunque en el esquema no se da el caso, puede ser que un peer no esté conectado a ningún seed, incluso podría ocurrir que no hubiera seeds. Hay que tener en cuenta que cuanto más ancho de banda se comparte, más ancho de banda se recibe. O lo que es lo mismo, si queremos recibir el archivo rápidamente tendremos también que subir muchos datos.⁵

⁵ Información extraída de: <http://www.ayudabittorrent.com/funcionamiento-protocolo-bittorrent>



Es así como funciona básicamente una red BitTorrent, donde cada dato que se ha buscado y descargado ha sido encontrado mediante la información que ofrece el archivo torrent.⁶

La digitalización de la propiedad intelectual, como películas, música y libros, junto con el advenimiento de los archivos P2P para compartir protocolos, como BitTorrent, ha hecho que la reproducción del *free sharing* sea más fácil y más rápida de lo que nunca había sido antes. Sitios web como PirateBay, Demonoid, y Limewire sirven como depósitos de contenidos no autorizados, lo que permite a los usuarios crear una cuenta de P2P para compartir archivos, que a su vez les permite compartir archivos con libertad, así como de descarga de los medios de comunicación que han sido compartidos por otros usuarios.⁷

¿Dónde encontrar películas gratuitas?

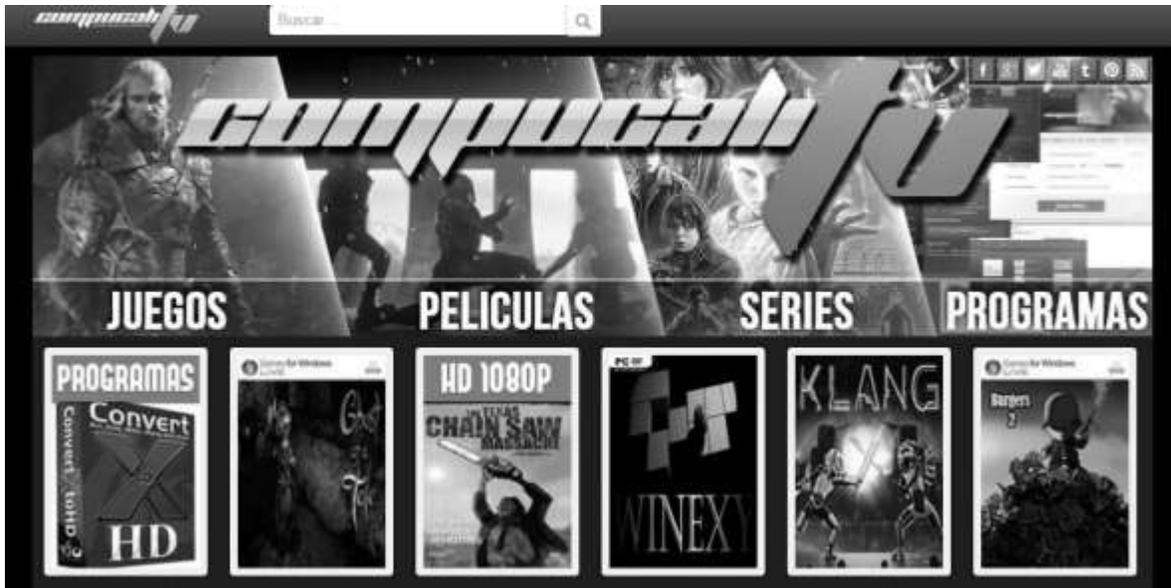
A lo largo de mi trabajo de campo analicé distintos sitios de Internet dedicados a compartir de manera gratuita películas, me contacté con algunos de los

⁶ <http://culturacion.com/que-son-y-como-funcionan-los-archivos-torrent/>

⁷ Consultado de: <http://piracy.web.unc.edu/test/>

administradores de algunas de las páginas web, con la finalidad de solicitarles una entrevista, y así poder recaudar testimonios de aquellas personas dedicadas al sharing de películas.

Compucali.tv



Es una página dedicada únicamente a compartir enlaces de descarga de películas, series, videojuegos y software

Nació el 19 de junio del 2010, como un sitio web para ver tv online. Richi, su administrador, reparaba computadoras y creó CompucaliTv.com como un privilegio para sus clientes, pero en pocos meses la página tuvo muy buena aceptación y se le añadieron películas y juegos para descargar.

Actualmente compucali.tv cuenta con 14,000 contenidos, disponibles para su descarga. Sin embargo, compucali.tv no sólo se queda en una página para compartir enlaces de descarga, es también toda una comunidad de usuarios estructurada, donde las personas ya registradas en el sitio se pueden conocer, interactuar entre ellos y los administradores, preguntarse y responder cosas relacionadas a los temas de compucali.tv: videojuegos, películas, series o

programas. Todo esto se desarrolla en el foro de compucali.tv, el cual actualmente cuenta con 27,197 usuarios, que han dejado 4,767 mensajes sobre 799 temas. Además cuenta con un chat de ayuda que se encuentra en la pestaña de inicio y a la vista, donde los usuarios que desconocen sobre el foro o los que quieren recibir una respuesta inmediata, externan en este chat su duda y de inmediato es respondida por los demás usuarios o administradores que en ese momento se encuentren en línea.

En Compucali.tv se pueden encontrar distintos tipos de cine, videojuegos y programas, que dependen de su formato, calidad, clasificación, tipo de consolas (para videojuegos), etc.

Juegos de PC: acción, aventura, deportes, estrategia, indie, pocos recursos, simulación, terror.

Películas por género: Acción, animadas, comedia, terror, suspenso.

Películas por formato. 1080p, DVDRip, 3D, conciertos, documentales.

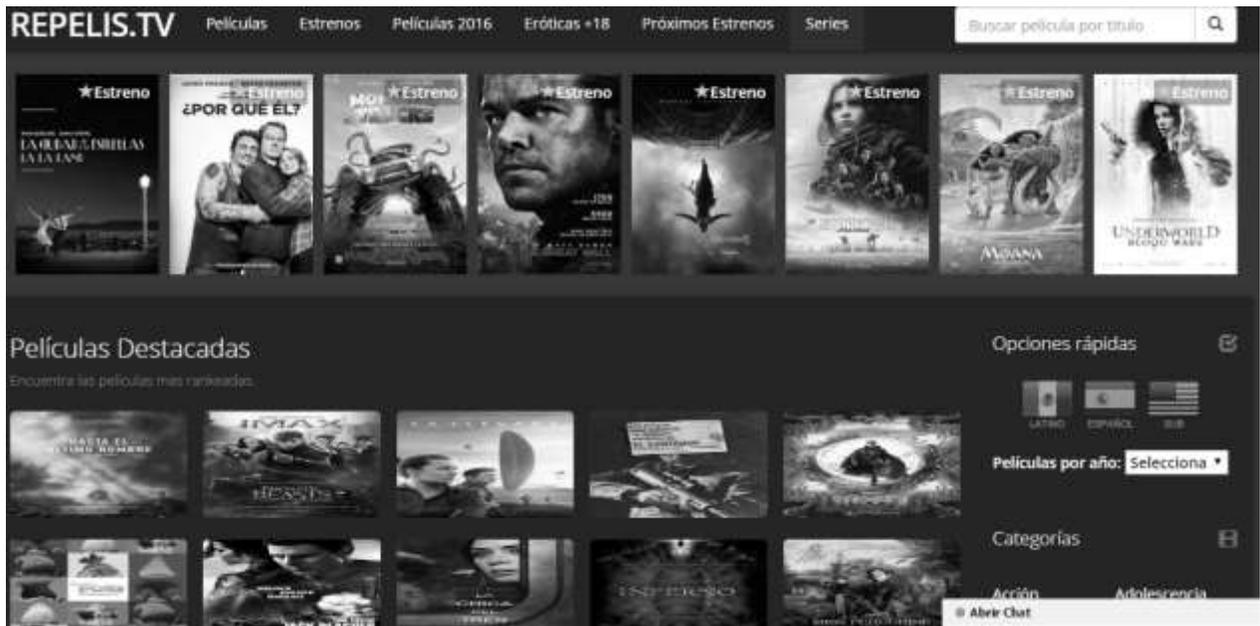
Películas por año: estrenos HD, clásicos HD.

Varios: series, programas, juegos XBOX 360, juegos android.

El contenido de compucali.tv es obtenido de los torrent y almacenado en sitios que tienen la función de bodegas digitales. Y el motivo de Richi para ser parte de compucali.tv es: “el gusto por los videojuegos, la tecnología y la programación, etc...segundo, porque se beneficia mucha gente de la web, es un hobby, además de que como empleo, me permite trabajar desde cualquier parte del mundo con tan solo tener una laptop e Internet”

En este tipo de páginas, por lo general, trabajan dos o más personas, ya que se distribuyen las actividades a realizar que la página y los usuarios demandan, por ejemplo: el conseguir el contenido y subirlo, el que está en contacto con los usuarios para dudas y sugerencias, el que se encarga de verificar los links caídos, entre otras cosas.

Repelis.tv:



El segundo entrevistado fue Leo, el administrador de la página Repelis.tv, Leo es un chico de Honduras que administra la página repelis.tv, en la cual podrás encontrar, según se lee es su página de inicio: películas, estrenos, películas 2017, eróticas +18, próximos estrenos, series. Las películas están clasificadas por categorías desde: Acción, Adolescencia, Animación, Anime, Artes Marciales, Aventura, Bélico, Biográfico, Boxeo, Ciencia Ficción, Cine Negro, Comedia, Crimen, Deporte, Documental, Drama, Eróticas +18, Familiar, Fantástico, Hombres Lobo, Infantil, Intriga, Musical, Navidad, Religión, Robots, Romance, Terror, Thriller, Vampiros, Western y Zombis.

A diferencia de compucali.tv, repelis.tv comparte solamente enlaces para ver de manera online películas, sin la opción de descargarlas. Pero comparte la similitud de contar con un chat especial para las dudas de los usuarios.

Cuando le pregunté a Leo acerca de la historia de repelis.tv me contestó lo siguiente:

“bueno, yo ya llevo 15 años pirateando películas y hasta vendiéndolas gratuitamente y nunca me ha atrapado la ley, lo ha intentado pero nunca lo logran. Algunos me dicen: Leo ¿no crees que debes parar?, pero no lo hago, sigo haciendo lo mismo día tras día, pero obviamente no puedo hacer eso yo solo, tengo a mi socio.”

Repelis.tv lo conforman Leo, Ángel y otro chico el cual el nombre no se me dijo; son los que se encargan de administrar la página, sus redes sociales y de monitorear el servidor por cualquier infiltración.

Inkapelis.com



Inkapelis surgió hace más de un año como un proyecto entre amigos y cuya finalidad era sólo el compartir películas con amigos cercanos, “con el tiempo la página fue creciendo y se hizo conocida, siendo ahora una de las más grandes” (administrador de Inkapelis). Actualmente la página de Facebook de incapelis.com cuenta con 13,424 me gusta y con un total de 26,263 películas en su página web, para ver online totalmente gratis.

Su principal objetivo fue crear una página donde los usuarios pudieran encontrar lo que buscaran, en este caso, películas gratuitas desde su casa, ya que

algunos no tienen la posibilidad de comprar un boleto de cine, es por eso que se crea inkapelis.com

De igual manera que Compucali.tv, Inkapelis no aloja ninguna película en su sitio web, lo que hace es compartir enlaces de otros servidores para poder ver la película. En su aviso legal se puede leer:

“Los enlaces que figuran en esta web han sido encontrados en páginas de índole de YouTube, Veoh, Vk, Video4You, Powvideo, Played.to, Netu.tv... y han sido publicados por diferentes usuarios y desconocemos si los mismos tiene contratos de cesión de derechos sobre estos videos para reproducirlos, alojarlos o permitir su descarga” (INKAPELIS.COM)

The pirate bay

Es un motor de búsqueda y rastreo de ficheros BitTorrent en el que es posible realizar búsquedas de todo tipo de material multimedia.

Fundada por la organización contra el *copyright* Piratbyrå a principios de 2003 en Suecia y organizada desde octubre de ese mismo año por otras personas. Es el mayor tracker⁸ de BitTorrent a nivel mundial.⁹

⁸ Tracker: es al ordenador que gestiona a los usuarios; conoce dónde se encuentran todos los usuarios y dónde todos los usuarios se conectarán, para poder encontrar al resto de usuarios y conocer cuando se conectan nuevos usuarios.

⁹ Consultado de: https://es.wikipedia.org/wiki/The_Pirate_Bay#cite_note-2



[Search Torrents](#) | [Browse Torrents](#) | [Recent Torrents](#) | [TV shows](#) | [Music](#) | [Top 100](#)

Pirate Search

[Preferences](#)
[Languages](#)

All Audio Video Applications Games Porn Other

How do I download?

[Login](#) | [Register](#) | [Language / Select language](#) | [About](#) | [Blog](#)
[Usage policy](#) | [TOR](#) | [Doodles](#) | [Forum](#)

BitCoin: [129TQVAroeehD9fzpzK51NdZGQT4TqifbG](#)

The pirate bay es una enorme metabase¹⁰ de datos, donde puedes encontrar contenido de todo tipo dentro de la red; películas, música, libros, juegos, aplicaciones, entre otros. Es el segundo sitio sin fines de lucro con más visitas, después de Wikipedia. Por su gran alcance ha sido bloqueado en países como: España, Alemania, Irlanda, Dinamarca y Suecia.

Es en este tipo de páginas web donde muchos administradores de páginas como las que mencioné anteriormente, encuentran el contenido para subirlo de nuevo a su página y compartirlo de una manera menos compleja.

El comprender y utilizar estas herramientas digitales para poder acceder a contenido es complicado, ya que requieres de ciertos conocimientos previos, tanto teóricos como prácticos. Por esta razón y por otras que se verán más adelante, es que los usuarios recurrimos a páginas con una interfaz menos compleja, con idioma

¹⁰ Metabase: base de datos en Internet, que contiene el conjunto total de registros bibliográficos de múltiples centros de información.

que entendemos y por lo tanto, a páginas más prácticas de usar como Compucali.tv o Repelis para descargar o ver películas.

De igual manera a todos estos tipos de páginas se les categoriza como sitios que infringen los derechos de autor y promueven la “piratería” en Internet. Y por lo tanto sus administradores y creadores son señalados como “piratas”.

¿Cómo conciben la “piratería” los administradores de las páginas?

Ya mencioné que el término “piratería” fue creado originalmente con una connotación despectiva hacia la o las personas dedicadas a acciones no autorizadas como el *free sharing*. Por lo tanto, otra de mis dudas al realizar campo, consistía en saber qué opinaban aquellas personas dedicadas a compartir contenido en Internet sobre el término “piratería” o “pirata”

Leo, administrador de Repelis.tv, me comentó lo siguiente:

“Sí eso me molesta mucho. Me molesta que crean que lo que yo hago es algo malo, me molesta también que me llamen pirata, detesto esa palabra y que me llamen así(...) a los que me llaman así son unos ignorantes que no se fijan en lo que yo hago por las personas a las que si me toman en cuenta y yo no me llamaría de ninguna manera, creo yo sólo soy una persona común y corriente que le gusta darle a las personas con poco dinero, se podría decir la oportunidad de ver una película que habían deseado ver, yo sólo se las doy gratuitamente, así que no me llamaría de ninguna forma, pero tú como me llamarías?”

Por otro lado Richi hace otra distinción sobre el término “piratería”:

“pirata: es la persona que descarga algo gratuito de Internet y luego lo promociona y vende... lo que hacemos en compucali.tv no es piratería porque todos los aportes son gratuitos para todo el mundo, es compartir conocimientos y permitir a los usuarios probar ciertos aportes para ver si en realidad valen la pena comprarlos original” (Richi, administrador de Compucali.tv)

Lins (2015), sostiene que “las copias no autorizadas son la puerta de entrada más barata a una economía simbólica de apariencia que los actores sociales perciben como útil para la manipulación de su identidad (...) las copias también aumentan la capacidad de los actores sociales para manipular su identidad en provecho propio y sentir que están en armonía con los cánones del consumo moderno globalizado” (P.428)

Estamos en un constante bombardeo de entretenimiento y de su publicidad. Cada mes salen películas y series que inmediatamente se vuelven moda, pero el consumirlas representa un costo, el cual muchas personas no pueden y/o no están dispuestas a pagar, pero ver el contenido es parte de una dinámica social del consumo, ya sea por la inclusión de cierto círculo social o de rituales dentro del noviazgo o de la familia. El producir, distribuir y consumir free sharing se vuelve parte de una resistencia hacia aquello que nos incitan a consumir para ser parte de dicha dinámica social.

Economía de reconocimiento y de la publicidad

Cuando platicaba sobre mi tema de tesis con conocidos o al momento de entrevistar a las personas dentro de la industria, muchos me hacían la misma pregunta respecto a las páginas que comparten el contenido en Internet: ¿y qué ganan?

El compartir contenido, como en el *free sharing*, te puede generar dos tipos de ganancias; la primera es una ganancia de reconocimiento y la segunda es monetaria. A veces una exenta de la otra pero también pueden ser parte del mismo motivo.

Reconocimiento

Los administradores de las páginas anteriormente mencionadas crearon su página para compartir contenido gratuito por algún motivo. Éste puede variar dependiendo de la persona, sin embargo. Ellos nos dan algo de manera gratuita y esperan que nosotros lo recibamos y que por lo tanto, lo devolvamos.

Marcel Mauss menciona que el don se hace presente en el circuito de dar-recibir-devolver. Define al don como el otorgamiento de un regalo, un bien o un servicio aparentemente voluntario, libre y gratuito y, sin embargo, que es obligatorio recibirlo y devolverlo. Era la extensión de dar-recibir-devolver dentro de los clanes y de las familias, sin embargo no sólo intercambian bienes materiales, sino que se llegan a intercambiar gentileza, ritos, servicios, mujeres, niños y danzas.

Sin embargo, lo más interesante del “don” es que a pesar de parecer una acción voluntaria por medio de presentes y regalos, existe una especie de rivalidad entre quien da y quien recibe, por ejemplo, la superioridad que adquiere el que da y la inferioridad en la que inmediatamente se encuentra el que recibe, con la obligación de recibir, pero al mismo tiempo tiene la obligación de devolver. Todo se traduce en una contienda privada o pública.

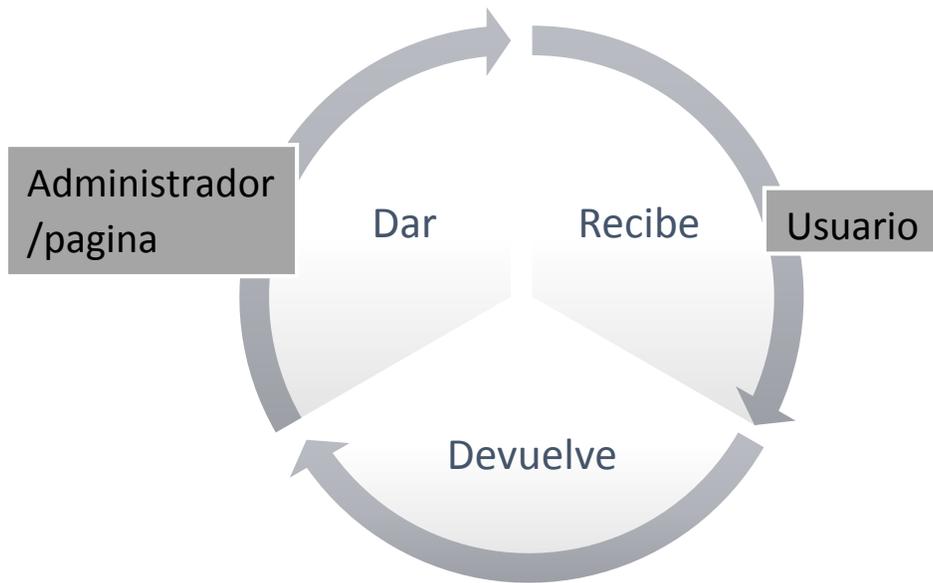
Felipe Ortega y Joaquín Rodríguez, en relación con Wikipedia, hablan acerca de un nuevo Potlach digital donde lo que se comparte es el conocimiento a base de una economía de la gratuidad que busca el reconocimiento.

“la economía de la gratuidad, tiene su fundamento en el surgimiento o resurgimiento de un campo de producción virtual en el que la adquisición de notoriedad se realiza mediante la distribución de un tipo de propiedad o capital muy específico, intangible y difícilmente mensurable, que es el del conocimiento” (Felipe ortega y Joaquín Rodríguez, 2011,P. 42)

Las personas a las que entrevisté desean poner el conocimiento a disposición de quien lo necesite, algo bastante parecido a la ética del hacker de Felipe Ortega

y Joaquín Rodríguez, donde ellos buscan el reconocimiento de la comunidad a partir de lo que hacen.

En el caso de los administradores de las páginas, el reconocimiento también es importante ya que quieren que su página sea conocida y por lo tanto reconocida, ellos también compiten entre sí y tratan de compartir la mejor calidad posible en las películas para hacerse conocidos.



El administrador de la página ofrece un contenido gratuito, el usuario es quien lo recibe y éste se lo devuelve, ya sea con reconocimiento, agradecimiento o con seguir viendo lo que él comparte, y de esta manera incentiva a que el administrador siga compartiendo.

Publicidad

“Compucali.tv se mantiene gracias a la publicidad, la principal se llama Adbooth, lamentablemente, hoy en día, hay muy pocas empresas de publicidad que paguen algo aceptable para los sitios como compucali.tv” (Richi, administrador de Compucali.tv)

La economía monetizada que se encuentra en estas páginas es por medio de la publicidad, donde empresas les pagan cierta suma de dinero a los creadores de las páginas para que sus anuncios aparezcan en el sitio, de esta manera ellos se llevan un pequeño ingreso¹¹, ya que por lo que me comentaba Richi, lo obtenido de la publicidad sirve más como un incentivo que como un medio de subsistencia, ya que las ganancias obtenidas son mínimas.

Se puede llegar a la conclusión de que este tipo de páginas ofrecen contenido gratuito, pero a cambio, obtienen ganancias monetarias por la publicidad en sus sitios web. Pero este hecho es relativo, ya que para obtener grandes ganancias con la publicidad se debe llegar a miles de click o vistas al día, lo cual es poco probable, porque la página debe tener grandes cantidades de visitas al día, sin embargo existen numerosas páginas para compartir contenido gratuito, eso significa numerosas opciones para visitar y conocer.

Richi mencionaba que el querer vivir sólo de las ganancias de la publicidad era imposible, por eso mismo él y los otros miembros del staff de la página contaban con otro tipo de trabajos fuera del mundo online.

¿Cómo le hacen para que no les cierren sus páginas?

Una de las estrategias por parte de estos sitios, para que la DMCA (Digital Millennium Copyright Act), y la Ley de Derechos de Autor de la Era Digital, no manden a cerrar su sitio web, es escribir una declaración, dentro de sus páginas web, donde mencionan que sus páginas son simple compartidoras de enlaces de otros sitios, donde se encuentra la película realmente, y que por lo tanto si a alguien hay que cerrar por violar los derechos de autor son a estas páginas que anteriormente mencioné que servían como bodegas. Es como una especie de lavarse las manos para no ser cerrados.

¹¹ Entrevista con Richi de Compucalitiv

“pelis24.mobi es un proveedor de servicios en línea como se define en la ley de los derechos de autor del milenio digital. Ofrecemos a los propietarios de derechos de autor legales con la capacidad de auto-publicación. Nosotros no controlamos de forma activa, la pantalla o de otra revisión de los medios de comunicación que se ha subido a nuestros servidores por los usuarios del servicio. Tomamos la violación de derechos de autor muy en serio y proteger vigorosamente los derechos de los propietarios de los derechos legales. Si usted es el propietario de los derechos de los contenidos que aparecen en la página web pelis24.mobi y usted no lo ha autorizado el uso del contenido usted nos debe notificar por escrito para que nosotros podamos identificar la supuesta infracción y tomar acción”¹²

*“Ver películas o series online es legal en todos los países, el problema que se plantea es si estas películas tienen o no copyright, y en este caso puede ser ilegal en algunos países y legal en otros. Es su obligación¹³ asegurarse si es legal o no ver estos contenidos en su país.”
(pepecine.com)*

Las páginas han encontrado distintos tipos de defensas ante los cierres de sus plataformas, pero una estrategia más que pude notar en campo es la utilización de enlaces de descarga que se encuentran en otros sitios de Internet, que por lo general son utilizados exclusivamente para guardar información o contenido en la nube y a través de una contraseña y un enlace es posible descargar; de esta manera el enlace o la página que se cerraría por infringir derechos de autor son estas páginas de almacenamiento, y no la plataforma que comparte los enlaces.

¹² Consultado de pelis24.mobi.com en Agosto del 2017

¹³ Refiriéndose al usuario



El archivo que intentas descargar ya no está disponible.

Esto podría deberse a los siguientes motivos:

- ✗ El archivo ha sido eliminado por una violación de los TdS/PUA.
- ✗ URL no válida - el enlace al que intentas acceder no existe
- ✗ El archivo ha sido eliminado por el usuario.

La solución, buscar un nuevo enlace o volverlo a subir.

Hablar de *free sharing* es un tema bastante amplio, pero más amplio es hablar de la “piratería” en Internet, aquella que va más allá del compartir contenido como películas, música o software inofensivo en la red, sino aquella que es usada para perjudicar, robar, estafar, entre otras cosas, de manera online. La red es extensa y en ella encontramos cientos de temas, términos y acciones de las cuales sería importante hablar, desafortunadamente, el tiempo no me lo permite.

Pero a manera de conclusión de este capítulo y para comprender de mejor manera lo siguiente, puedo decir que el hacer una distinción entre “piratería” y el *free sharing*, me fue de vital importancia, ya que no significa lo mismo.

La “piratería” y en este caso la “piratería online” la entiendo como aquella acción que se realiza con el fin de perjudicar, dañar, robar (dinero, identidad, datos privados, etcétera), traficar, buscando un beneficio monetario, o dañar directamente a una institución o a una persona.

El *free sharing*, es aquel que de igual manera se desenvuelve en la red pero se dedica exclusivamente a compartir contenido de manera gratuita y libre. Ya sean películas, música, libros, software, entre otros. Con la finalidad de ofrecer más accesibilidad de cierto contenido para entretenimiento. En donde cientos o miles de usuarios participan para su propagación.

Pero debido a la rapidez y el alcance de los medios digitales, una copia idéntica de calidad se puede fabricar con gran facilidad y con muy poco en términos

de materiales, conocimientos técnicos y gastos. Este desarrollo ha generado que las miradas volteen a ver al *free sharing* y como resultado, los desarrolladores y distribuidores de varios tipos de medios se centran cada vez más en la lucha contra este tipo de contenido no autorizado debido a la pérdida de beneficios potenciales que representa.

Estas páginas no se crearon para vencer al poder hegemónico o derrocarlo, sino se han creado como una opción para acceder a cierto tipo de conocimiento, que originalmente tiene un costo, pero que en el *free sharing* se lleva a cabo de una manera gratuita y libre: a conocidos, amigos, familia, incluso desconocidos; ya sea como una forma de agradecimiento a clientes en el mundo *offline*, como un pasatiempo o por el simple gusto de compartir. Se crea a partir de una vasta red basada en pares, donde el usuario puede ser un participante activo en la reproducción del copiar y compartir un bien cultural obtenido digitalmente, lo cual genera una descentralización del conocimiento.

Otro aspecto interesante a remarcar, son las múltiples estrategias con las que cuenta el *free sharing* para librarse de las sanciones DMCA, como por ejemplo, almacenar los contenidos en servidores ajenos a la página web, contar con su declaración sobre los derechos de autor; donde aclaran que si uno de sus contenidos violenta las leyes del copyright, el creador debe ponerse en contacto y demostrar que ése es su contenido. Cuentan también con redireccionadores de páginas, que sirven también para deslindar su página web, con respecto a los servidores donde se encuentra almacenado el contenido, y sí por alguna razón estos servidores son cerrados, hay muchos más en Internet, que el usuario o los administradores pueden encontrar fácilmente, para volver a subirlos a sus páginas, incluso se han dado casos donde este tipo de páginas como Cuevana son cerrados por de DMCA, pero vuelven a abrir el sitio con uno o dos cambios en el nombre. Y es que el Internet es tan vasto y tan profundo que estas páginas web son como cientos de agujas en hectáreas de paja. Por lo tanto si una puerta se cierra, cuentan con tres más para abrir.

Capítulo dos

Cine nacional.

Perspectivas sobre su producción, estrategias y narrativas.

En este capítulo abordaré la situación del cine mexicano respecto a su producción, así como sus respectivas estrategias para su mejor difusión y aceptación por el público, así como sus narrativas frente al *free sharing*.

En el periodo de trabajo de campo entrevisté a distintas personas involucradas en el medio cinematográfico, para conocer la perspectiva de algunos de los actores involucrados en la producción y distribución:

- Alejandra Lomelí: crítica de cine
- Everardo González: director de cine documental
- Rigoberto Perezcano: director de cine
- Joel Luna: foto cineasta
- Lola Díaz: directora artística de la *Casa del Cine*
- Alfonso López: director de la casa distribuidora *Alfhavillecinema*
- David Torralba: actor

Todas estas entrevistas fueron presenciales, los contacté por correo o por celular, acordamos un lugar; ya fuera en una cafetería, o en su casa. El tiempo de la entrevista más corta fue de 20 minutos y la más larga de dos horas, las demás giraron entre hora y hora y media. Algunos estaban ocupados, por lo tanto, me prestaban poca atención, con otros se creó una atmósfera de mayor confianza, lo cual provocó que la entrevista se desarrollara mucho más. El entrevistar a estas personas me permitió obtener un panorama más amplio respecto a mi tema y a la vez me di cuenta de la desinformación que existe de un lado de este sistema de distribución de productos no autorizados con respecto al otro y viceversa.

Además, a las personas que entrevisté, la mayoría pertenece al cine de culto, lo cual hace que mi información esté más inclinada hacia cierto lado de la balanza.

Hubiese querido tener los contactos y el tiempo suficiente para poder acercarme aún más hacia el cine comercial, porque conforme me acercaba al cine comercial, menos tiempo me quedaba para escribir.

Cine mexicano

La ley de la industria cinematográfica en México operó imperturbable por cuarenta años, la cual llevó a esta industria a finales de 1984 a ser una de las más prolíficas de Latinoamérica con 4,609 películas entre los años de 1962 a 1989. Sin embargo, en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), se aprobó la ley federal de cinematografía el 19 de noviembre de 1992, que redujo el tiempo de pantalla del cine mexicano al 10%.¹⁴ Tras el carente apoyo por parte del gobierno a la industria del cine, ésta se sostenía gracias a la inversión privada. Desafortunadamente, la iniciativa privada dejó de invertir fondos, lo cual limitó en 50 % el tiempo de pantalla del cine nacional.¹⁵

La crisis económica de 1994 afectó fuertemente la inversión privada, provocando aún más el decaimiento de la industria del cine mexicano. Aún no se puede hablar de una recuperación de la industria del cine mexicano desde su punto de quiebre en 1997. Después de esa fecha hasta la actualidad, se ha tratado de hacer resurgir el cine mejorando la calidad de los filmes y la reorientación temática. Además de ir aumentando los apoyos hacia cineastas, concursos, préstamos, convocatorias para la realización de largo o cortometrajes, entre otros.

Desde 2006, entra en vigor el Artículo 226 de la Ley de Estímulo Fiscal para Fomento a la Producción Cinematográfica (EFICINE), a través del que un contribuyente puede obtener un crédito fiscal, equivalente a su inversión contra el monto del Impuesto Sobre la Renta (ISR) a pagar. Este apoyo también puede

¹⁴ Consultado de: <http://www.letraslibres.com/mexico/las-luchas-del-cine-mexicano>

¹⁵ Consultado de: <http://www.hispanicla.com/la-pirateria-y-el-cine-mexicano-19509>

combinarse con otros, como el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE) y el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE).¹⁶

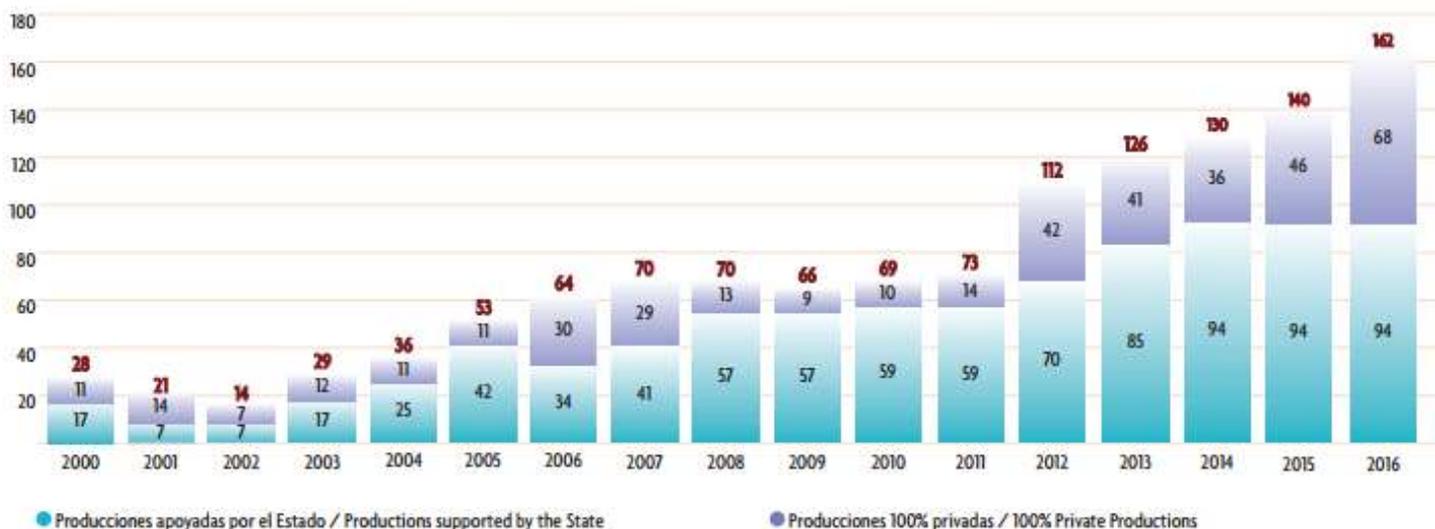
Y no sólo eso, tenemos directores mexicanos que están siendo reconocidos internacionalmente por sus grandiosas películas como Alejandro González Iñárritu, Alfonso Cuarón, Guillermo del Toro, José Allende, Amat Escalante, entre otros.

Actualmente, el cine nacional se encuentra en un momento importante por toda la producción cinematográfica que se está llevando a cabo, tan sólo en 2015 se produjeron 140 películas; en 2016 se produjeron 162 películas (cifra no lograda desde finales de los años cincuenta), de las cuales 37 fueron dirigidas por mujeres, y 60 son documentales, la cifra más alta desde 2010. La asistencia al cine nacional aumentó 74% con respecto a 2015. Y el largometraje mexicano con mayor asistencia en 2016 fue *¿Qué culpa tiene el niño?*, de Gustavo Loza, con 5.9 millones de espectadores. Sin embargo, se hizo énfasis en que 10 películas mexicanas tuvieron más de 700 mil espectadores en las salas.¹⁷

¹⁶ Consultado de: <http://elactualcinemexicano.blogspot.mx/>

¹⁷ <http://www.proceso.com.mx/477850/anuario-estadistico-cine-mexicano-2016-desata-polemica-en-fig> consultado el xx de junio de 2017.

Gráfica 10. Número de películas mexicanas producidas en 2000-2016 / Graph 10. Number of Mexican Films Produced in 2000-2016



Fuente / Source: Imcine.

En cuatro años la producción de películas aumentó al doble, el cine mexicano se encuentra en un buen momento de producción de obras. A pesar de este gran avance que se ha tenido existen ciertos inconvenientes dentro del cine mexicano.

- Falta de apoyo para la distribución y exhibición.
- Mala distribución de ganancias en taquilla.

Sobre el primer punto, Everardo González hace referencia a que el apoyo para los cineastas en México es mucho mayor que hace algunos años, pero que no hay salas o exhibidoras significativas que apoyen al cine nacional.

Al menos 400 documentales se crean en México al año, de los cuales sólo 3 llegan a una sala exhibidora, los demás se quedan en los circuitos de festivales y en el peor de los casos no llegan ni a eso.

La televisión pública debería estar obligadísima a comprar los títulos producidos por el propio Estado, o por lo menos, a transmitirlo, pero no sucede así, no hay una relación entre la televisión pública y la producción cinematográfica pública, debería ser una obligación, pero no lo es, el Estado debería estar obligado, si ya invirtió en la producción de una película hacer que esa película sea vista, es una inversión de todos nosotros, se hace con nuestros impuestos.

Entrevista realizada a Everardo González

Los títulos que se llegan a transmitir en televisión abierta son aquellos que han tenido gran aceptación en taquillas, que por lo general son películas comerciales. Es complicado que las televisoras compren filmes independientes o con una temática distinta a la dramática, cómica o ambas.

Transmisiones de películas en TV abierta / Broadcasts of Films on Open TV	4 978
Transmisiones de películas mexicanas en TV abierta privada / Broadcasts of Mexican Films on Open Private TV	35%
Transmisiones de películas mexicanas en TV abierta pública / Broadcasts of Mexican Films on Open Public TV	37%
Transmisiones de películas mexicanas en TV de paga / Broadcasts of Mexican Films on Pay TV	37%
Película mexicana con más audiencia en TV abierta / Mexican Film with the Highest Viewership on Open TV	<i>No se aceptan devoluciones Instructions not Included (3.5 millones de televidentes / million viewers)</i>
Película mexicana con más audiencia en TV abierta pública / Mexican Film with the Highest Viewership on Public Open TV	<i>Terror y encajes negros (327 mil televidentes / thousand viewers)</i>
Película mexicana con más audiencia en TV de paga / Mexican Film with the Highest Viewership on Pay TV	<i>Dos tipos de cuidado (400 mil televidentes / thousand viewers)</i>
Visualizaciones de películas mexicanas estrenadas en salas de cine en 2016 / Viewings of Mexican Films Theatrically Released in 2016	8.5 millones / million
Película mexicana con más visualizaciones / Most Viewed Mexican Film	<i>No manches Frida (2 millones / million)</i>

Fuente: IMCINE

En relación con la mala distribución, Leonardo Tarifeño (2004) menciona, que es paradójico que en una sociedad donde la política oficial tiende a proteger a los empresarios que arriesgan su dinero, un productor cinematográfico sólo obtenga el

13% de cada peso recaudado en taquilla, menos de los que se lleva el fis-co (15%), casi la mitad de lo que va para el distribuidor (21 %) y las compañías exhibidoras obtienen el 51%, varias de ellas son de capital transnacional.

Si tú compras un boleto de taquilla, ese boleto ya contiene el IVA (...) y ya contiene los derechos de autor, le llamamos liquidación. Cuando las exhibidoras nos liquidan a nosotros la venta de boletos, lo primero que hacen es quitarle el IVA a esos boletos, luego le quitan los derechos de autor y ya una vez que queda esa taquilla neta, la repartición es 60% para el cine 40% para el distribuidor (...) México es de los países donde se paga o se queda el exhibidor con más porcentaje. (Entrevista realizada a Alfonso López)

Al ser Lola la encargada de la cartelera en la Casa del Cine, es ella quien decide qué películas se presentan ahí, basándose en qué es lo que verá el público. Pero teniendo en mente que las películas exhibidas serán de cine de autor.¹⁸

Hablando de quienes deciden lo que verá el público, Alejandra hace referencia a que las exhibidoras son quienes están induciendo qué tipo de cine consumimos, ya que ellas deciden por nosotros lo que debemos ver.

La Casa del Cine tiene una norma de que el 50% por ciento de películas exhibidas deben de ser mexicanas, con la intención de apoyar la industria del cine nacional. De igual manera considera que los precios en la Casa del Cine son mucho más accesibles que en otras exhibidoras, facilitando así el consumo del cine mexicano.

¿Qué se está haciendo por el cine mexicano?

A lo largo del país se han ido creado proyectos y organizaciones que tienen la finalidad de fomentar el consumo nacional de cine.

¹⁸ Cine de autor: según Diana Miriam Alcántara (2016), es aquel que cuenta con características particulares y distintivas de su realizador; normalmente sale de los cánones establecidos pues el director imprime su sello distintivo, vaya o no a la par con lo cotidianamente establecido entre las reglas del mundo del cine

Por ejemplo, en La Casa del Cine el 50% de su programación corresponde a cine nacional, además, si hacen tratos directos con el director de la película las ganancias se van en 50-50, pero si está de intermediario un distribuidor, se las divide 60% La Casa del Cine y 40% el distribuidor.

De igual manera son los organizadores del evento “Segundas vueltas”, que se crea con la finalidad de reestrenar películas mexicanas y así darles una segunda oportunidad de exhibición.

“La Casa del Cine presenta: Segundas Vueltas” es un proyecto de difusión del cine mexicano y creación de audiencias realizado con el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Distribución Cinematográfica Nacional, EFICINE, el cual consiste en el reestreno de 25 largometrajes en salas alternativas de cine en el país, así como en espacios definidos al aire libre en la Ciudad de México.

El proyecto busca estimular la formación de públicos y devolver el derecho del espectador a disfrutar de funciones de cine mexicano de calidad mediante el fortalecimiento de las salas alternativas de exhibición.”¹⁹

Lola Díaz, habla acerca de la importancia que tiene el difundir el cine mexicano y darle más de un espacio para que éste se siga conociendo entre los mismos mexicanos.

“Nosotros buscamos otro tipo de cine mexicano, no me interesa lo de Derbez, no me interesan estas comedias románticas facilonas...nos interesan películas con valores artísticos, culturales, si quieres verlo así...La Casa del Cine no sólo apoya la promoción del cine mexicano, sino también promovemos proyectos que apoyan la difusión del cine mexicano”

Entrevista realizada a Lola Díaz

Segundas vueltas también ha tenido proyecciones en otros estados de la república, como Puebla y Chiapas, además de proyectar en plazas públicas con la finalidad de que estas películas lleguen a más público.

¹⁹ Consultado de: <http://segundasvueltas.mx/proyecto/> El 30 de junio del 2017

Rigoberto Perezcano, es uno de los creadores de OaxacaCine, que es una asociación civil, sin fines de lucro, con la finalidad de generar propuestas de exhibición, difusión, formación, preservación y producción cinematográfica y audiovisual en Oaxaca.

“es un espacio donde programamos ciclos, foros y muestras de cine, tanto nacional como extranjero, pero también estamos preocupados por la enseñanza cinematográfica, así que impartimos talleres y diplomados de escritura de guión”

Entrevista realizada a Rigoberto Perezcano

Además, OaxacaCine tiene convenio con Ambulante, con FICUNAM, con la Filmoteca UNAM, con la Cineteca, entre otros espacios más para la difusión del cine. Su cartelera se renueva cada mes y proyectan en el teatro Alcalá.

Así como estos dos espacios que mencioné, se pueden encontrar muchísimos más, entre los más conocidos están: Ambulante, FICUNAM, la Cineteca, entre otros.

Esta iniciativa que se ha venido generando desde hace un poco más de 10 años aproximadamente, es una gran motivación para pequeños, medianos y grandes directores, para que sus films sean exhibidos, ya que cada vez se generan más espacios para la difusión, distribución y creación de cine en México.

El anuario estadístico de IMCINE, menciona que en el 2016 se organizaron 133 Festivales cinematográficos en México y se contabilizaron 460 Cineclubes.

De igual manera Joel Luna, me comentó lo difícil que es crear una carpeta de un proyecto cinematográfico, buscar fondos, actores, permisos, etc. Para poder meterla a un concurso o festival en donde habrá cientos de concursantes y las posibilidades de que su proyecto gane son bajas.

Así que él junto con algunos amigos decidieron fundar Mictlan Films que es Casa Productora independiente enfocada a crear contenidos audiovisuales.

- Cortometrajes

- Documentales
- Fotografía
- Comerciales
- Videoclips
- Videos Corporativos

Con la intención de que con las ganancias económicas de esta productora Joel y sus compañeros puedan financiar otros proyectos cinematográficos que sean de su interés.

De igual manera se creó Artegios, que es una distribuidora mexicana con el objetivo de distribuir cine documental en más espacios comerciales, para que éste se conozca ampliamente.

Es entonces donde cada persona involucrada en el medio se hace de herramientas y conocimientos para poder seguir desarrollándose como creadores, y también se hacen espacios para seguir apoyando tanto a los creadores como la creación.

¿Pero esto es suficiente?

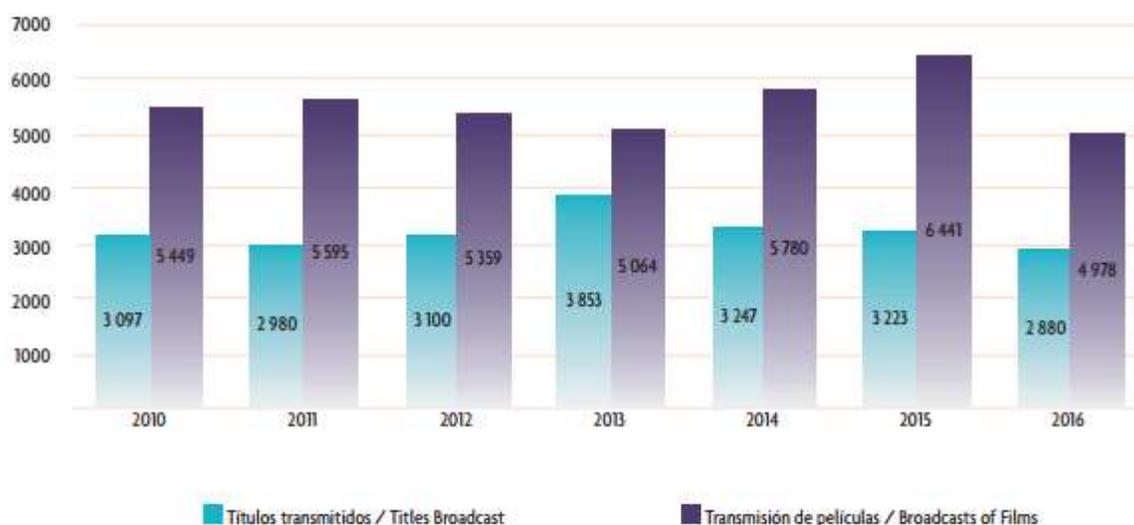
Everardo González mencionó que el gobierno debería estar obligado a presionar a las televisoras para aumentar la compra de los derechos de distribución de las películas mexicanas, para que de esta manera se proyecten en televisión abierta.

Según las cifras del anuario del 2016 de IMCINE, las tres películas mexicanas que tuvieron más vistas en la televisión tanto pública, como abierta y privada fueron: No se aceptan devoluciones (2013), Terror y encajes negros (1985) y Dos tipos de cuidado (1952).

Las películas que compran las televisoras públicas y abiertas, son por lo general, películas con un contenido más comercial, entendiendo esto como películas de

comedia, terror, romance, o drama. Películas que se sabe que el público en general lo verá o son más atractivas para cualquier edad.

Gráfica 48. Número de películas y transmisiones en TV abierta privada y pública en 2010-2016
 Graph 48. Number of Films and Broadcasts on Open Private and Public TV in 2010-2016

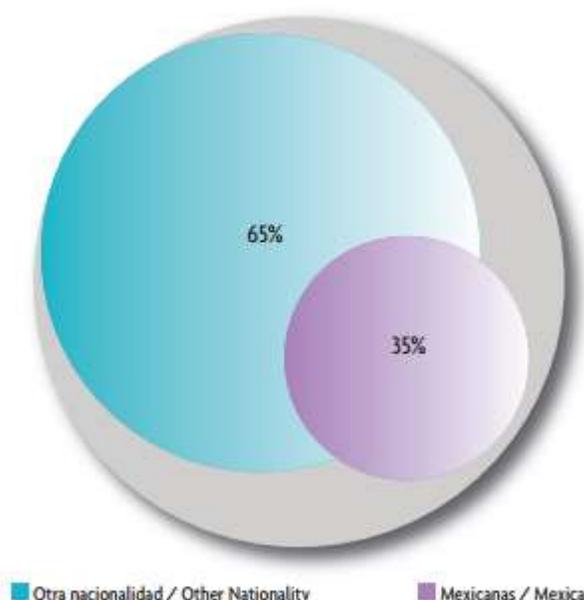


Fuente: Imcine con datos de Nielsen IBOPE / Source: Imcine with data from Nielsen IBOPE.

En la gráfica siguiente, se muestra que se transmitieron 4,978 películas y 2,880 títulos en el 2016, en cambio, en el 2015 se transmitieron 6,441 películas y 3,223 títulos. Con títulos transmitidos se refiere al número de películas y con transmisión de películas, al número de veces que se transmiten los títulos, por ejemplo; *No se aceptan devoluciones* (título transmitido) se transmitió dos veces en marzo y octubre (Transmisión de películas).

Tanto el número de transmisiones como el número de títulos transmitidos decayeron en relación a los años anteriores. Según IMCINE, se debe a los cambios de las prácticas de audiencia que se generaron debido a la transición a señal digital.

Gráfica 49. Porcentaje de películas en TV abierta pública por origen
Graph 49. Percentage of Films on Open Public TV by Origin



Fuente: Imcine con datos de Nielsen IBOPE / Source: Imcine with data from Nielsen IBOPE.

Además como se ve en la gráfica de arriba, existe una gran ventaja de transmisión de películas extranjeras sobre películas nacionales. Pero esto ¿a qué se debe? La causa tiene que ver un poco con lo que mencionaba anteriormente sobre la compra de títulos más atractivos y comerciables; las películas extranjeras son más rentables para el público y más entretenidas de ver para la gran mayoría, por lo general son títulos más divertidos o son de temas que la gente prefiere ver.

A diferencia de lo que menciona Everardo Gonzáles sobre la falta de exhibidoras significativas, y por lo tanto éste como un problema de distribución y difusión del cine, IMCINE menciona todo lo contrario:

“La cinematografía nacional de reciente factura ha encontrado en estas emisoras un importante espacio para llegar, a través de una amplia gama de temáticas y géneros, a un público diverso. De las películas producidas a partir del año 2000, 46 se estrenaron en televisión abierta privada, con un total de 52

millones de televidentes. Destaca que en los primeros lugares de este recuento se ubican filmes producidos y estrenados en los últimos tres años.” (Anuario estadístico de IMCINE: 172, 2016)

Inconvenientes para consumir cine

Costos y zona geográfica

En la Ciudad de México los costos de los cines varían dependiendo de la zona geográfica; por ejemplo, los cines más costosos se encuentran en la zona poniente:

Las sucursales de Cinemex de Cuicuilco, Santa Fe, Antara y Parque Delta son las más caras de toda la metrópoli, pues el boleto normal cuesta hasta 82 pesos. Éstos son seguidos de los complejos de la misma cadena de cines en Loreto y Pabellón Polanco, con 80 pesos, mismo precio que en la sucursal de Arcos Bosques de otra cadena, Cinépolis. Otras zonas caras para ir al cine son Perisur, Interlomas, Satélite y Mundo E, pues el boleto normal no cuesta menos de 77 pesos. Por otro lado, los cines más baratos se encuentran generalmente en la zona oriente y norte de la Ciudad de México y Área Metropolitana, pues los precios están hasta en 25 pesos por boleto normal. El precio del boleto de Cinemex Plaza Cuautitlán (norte) es de 25 pesos; mientras que las sucursales de la misma cadena en Ixtapaluca y Tepalcates venden las entradas en 26 y 27 pesos. Otros cines económicos se encuentran en Plaza Oriente; así como Nicolás Romero y Punto Atizapán (norte).²⁰

²⁰ Consultado el 01/09/2017 de: <https://lopezdoriga.com/entretenimiento/cuanto-cuesta-ir-al-cine-en-mexico/>

Los cines cuentan también con diferentes promociones en paquetes, días especiales o descuentos, que aparentemente hacen la entrada más barata; aún así el ir al cine representa un gasto bastante elevado para las familias mexicanas.

“...si tú eres una madre de familia y tienes tres niños y los quieres llevar a ver la vida secreta de mis mascotas y cada boleto te cuesta 60 pesos y vas a llevar a tus tres hijos más tu boleto, porque no los vas mandar solos, ya son 240 pesos, más las palomitas, más el transporte o el estacionamiento, ya es una lana...”

Fragmento de entrevista realizada a Lola Díaz

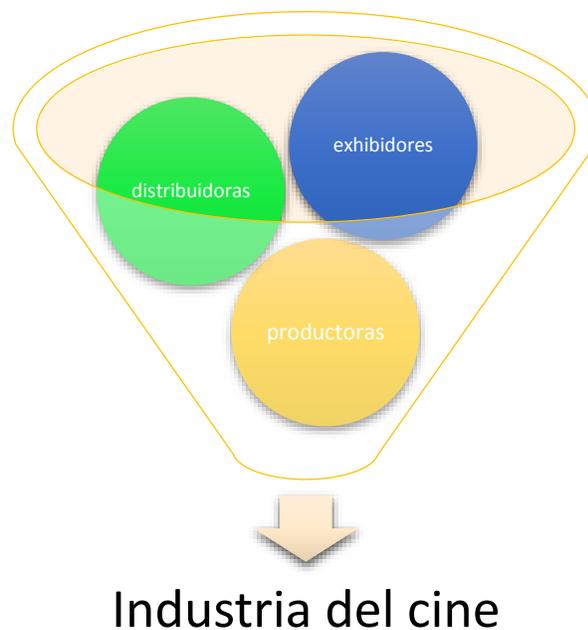
Lola Díaz se refirió a la importancia geográfica como un inconveniente para asistir al cine, ya que en las periferias por lo general cines no hay, además en el centro de la ciudad los únicos cines que ella pudo contabilizar fueron dos, “La Casa del Cine y Cinemex que se encuentra en la Plaza Reforma 222.; por lo que a los costos de la entrada y los aperitivos, tendríamos que sumar además los gastos del pasaje o la gasolina.

Además los precios del boleto del cine depende de la zona en la que se encuentre, si se encuentra en una zona con bajos índices de ingresos de la población, el boleto es más barato pero si se encuentra en un lugar donde vive la población con mayor poder adquisitivo de la ciudad, los precios se elevan mucho más.

Pero los ingresos de los cines en México no son solamente por los boletos vendidos, sino también las ventas en dulcerías y sobre todo la publicidad de 20 minutos aproximadamente que se encuentra al inicio de cada película, pero esto en franquicias como Cinemex, Cinopolis, Cinemark.

El cine, y más en específico el hacer una película en México o en cualquier parte del mundo, es el resultado de una compleja red de actores involucrados, cientos de personas dedicadas a la realización de un proyecto cinematográfico; tan solo al ver los créditos de alguna película nos damos cuenta de lo complejo que es realizarla. Es todo un mundo, del cual muy pocas tenemos algún conocimiento.

Por lo tanto, decir que la industria cinematográfica abarca a todos ellos no implica que todos estén de acuerdo, ya que en el tema del *free sharing* no todos tienen la misma opinión sobre las pérdidas o ganancias que genera, e incluso muchos actores involucrados desconocen cuáles son las pérdidas y las ganancias, ya que ellos perciben su respectivo sueldo durante el rodaje del film. Es aquí donde yo entiendo a la industria como los grandes conglomerados del cine mexicano, aquellos que están en la parte más alta de la pirámide del cine: exhibidores, distribuidoras y productoras.



Estos tres actores son las cabezas de las películas, en ellos recae el financiamiento, la dirección, el cómo, dónde y cuándo se realizará, quiénes actuarán, quiénes trabajaran en su filmación, en qué cines se proyectará, cuántos días, en qué horario, cómo y en dónde se distribuirá, entre otras cosas. Por lo tanto ellos, son quienes manejan las cifras monetarias de ganancias y pérdidas.

¿Qué me dice la industria del *free sharing*?

Ahora que he dado un contexto sobre la situación actual del cine en México, hablaré acerca de qué me dicen las personas pertenecientes al mundo del cine sobre el *free sharing*

“La piratería genera mucho más pérdidas en esta industria, además los organismos televisivos son conocidos por las escasas licencias que pagan sobre los derechos de las películas nacionales, con el argumento de que la película ha sido ampliamente pirateada, haciendo con esto que el valor de su debut televisivo se reduzca enormemente.” (Girault, OMPI Revista, 2012)

Cada entrevistado cuenta con un punto de vista distinto acerca del *free sharing*, ya que su opinión acerca de esta, tiene mucho que ver por el contexto en el cual se desenvuelven.

Everardo González, quien es director de cine documental, y miembro de la distribuidora a Artegios menciona lo siguiente:

“como director siempre hay un agrado porque la película sea distribuida de manera ilegal si así lo quieres ver, o accesible... la parte romántica de la piratería es la que celebro, que una película sea accesible a un público que no hubiera accedido a ella de otra manera, porque además ir al cine es caro. Las películas que se producen en este país duran muy poco tiempo en cartelera, entonces no sólo es que hay que tener la plata para ir, hay que ir en la semana en la que está, después ya no va a estar, no va a ser vista en la televisión... a veces por ejemplo las mismas tiendas o librerías donde se venden las películas no se vuelven a abastecer de los títulos... entonces se encuentran en los mercados piratas.”
Entrevista con Everardo González

El foto cineasta Joel Luna remarcó que *el free sharing* en cierto sentido sí está mal y que les genera pérdidas a personas de la industria, pero que muchas veces sirve para dar a conocer los trabajos de los cineastas que aún van iniciando en el medio. Pero también ve que esas ganancias que se pierden pudieron ser de ayuda para financiar algún proyecto cinematográfico.

En cambio, el director de la distribuidora Alfhaville Cinema, menciona que para él “la piratería consiste, en que esta gente no adquiere derechos, no invierte en los derechos de comercialización, no invierte tiempo ni recursos en el diseño de portadas, en el subtítulo, o sea no hay una inversión, sino que ya que está hecho todo ese trabajo, simplemente toman, lo copian, lo replican, y lo comercializan...es como una gente que le dedica 15 días de su vida a trabajar para obtener un sueldo y el día que tiene el sueldo alguien llega y se lo sustrae, el que lo sustrajo no está invirtiendo absolutamente nada de tiempo, se está apropiando de algo que no le pertenece, eso es...aquella persona que consume *piratería*, es un usuario menos. Por lo tanto es una pérdida más” Entrevista con Alfonso López

De igual manera, el actor David Torralba relaciona al *free sharing* con un tipo de robo: “es una especie de robo, cuando tomas algo de una persona que le dedicó tiempo y esfuerzo por hacerlo y tú simplemente lo agarras y lo vendes o lo subes a Internet como si fuera tuyo”

Entrevista con David Torralba

Naím (2006) menciona diversos tipos de material ilegal, los que van desde falsificar productos farmacéuticos, hasta los que he estado mencionando, aquellos que reproducen y comparten copias no autorizadas de contenido como películas, música y videojuegos. Naím sostiene que las falsificaciones de artículos, son contenidos robados, porque son producto del robo de la marca comercial, el diseño y las ideas de alguien.

Pero en el caso de Lola Díaz, ella considera al *free sharing* como un mal necesario: “la piratería online es un mal necesario, pero es un mal al que hemos orillado nosotros mismos como industria, si no estamos dándole oferta cultural o cinematográfica de calidad, entonces la gente que está interesada buscará otra forma”

Derechos de autor, ¿un incentivo para la creación?

“la protección de los derechos de autor, se trata de ofrecer los incentivos adecuados para asegurarse de que todo el mundo tenga acceso a los contenidos a través de múltiples plataformas y que las personas que hacen los contenidos, sean capaces de seguir haciéndolo”²¹

Motions Picture Association Of America (MPAA)

De igual manera la página The Recording Industry Association of America (RIAA) señala que las leyes del copyright protegen el valor del trabajo creativo

“Cuando tú tomas copias no autorizadas de algún trabajo creativo tú estás tomando algo de valor del propietario sin su permiso”²²

¿Pero realmente todas estas normas y leyes ayudan a que se siga creando? El discurso de los protectores del copyright es que dicha protección incentiva a la creación, sin embargo Joost Smiers y Marelike Van Schijndel (2008) señalan que existen otras motivaciones para crear contenido más allá de los beneficios obtenidos por el copyright; incluso suponer que el copyright es el único incentivo para que los creadores creen supone una gran pérdida social, cultural y democrática.

En el caso del cine en México, quienes controlan la campaña de copyright son las grandes empresas privadas (exhibidoras, productoras y distribuidoras) que se sitúan en posiciones de poder, controlando el mercado: ya que el *free sharing*, representa menos ganancia para esta forma de oligopolio, por lo tanto es un enemigo o competencia a vencer, en donde las leyes de copyright sólo protegen a aquellos que les generen ganancias a estas grandes empresas, dejando de lado a pequeños creadores que no cuentan con cierto respaldo por parte de uno de estos grandes.

²¹ Traducción propia

²² Traducción propia

El cine en México y en especial el cine mexicano, es un tipo de cine que está teniendo un nuevo auge, no sólo en lo comercial sino también en el cine de autor o cine de culto. México ofrece una propuesta cinematográfica estupenda, desafortunadamente el cine que más se conoce es el comercial, y el cine de culto sólo se conoce entre los círculos del medio, contadas son aquellas películas que se exhiben en cines como Cinepolis o Cinemex.

Las exhibidoras deberían ofrecer mayor oportunidad de presentar cine de culto para que de esta manera sea más conocido y reconocido, generando al mismo tiempo mayor oportunidad para nuevos cineastas.

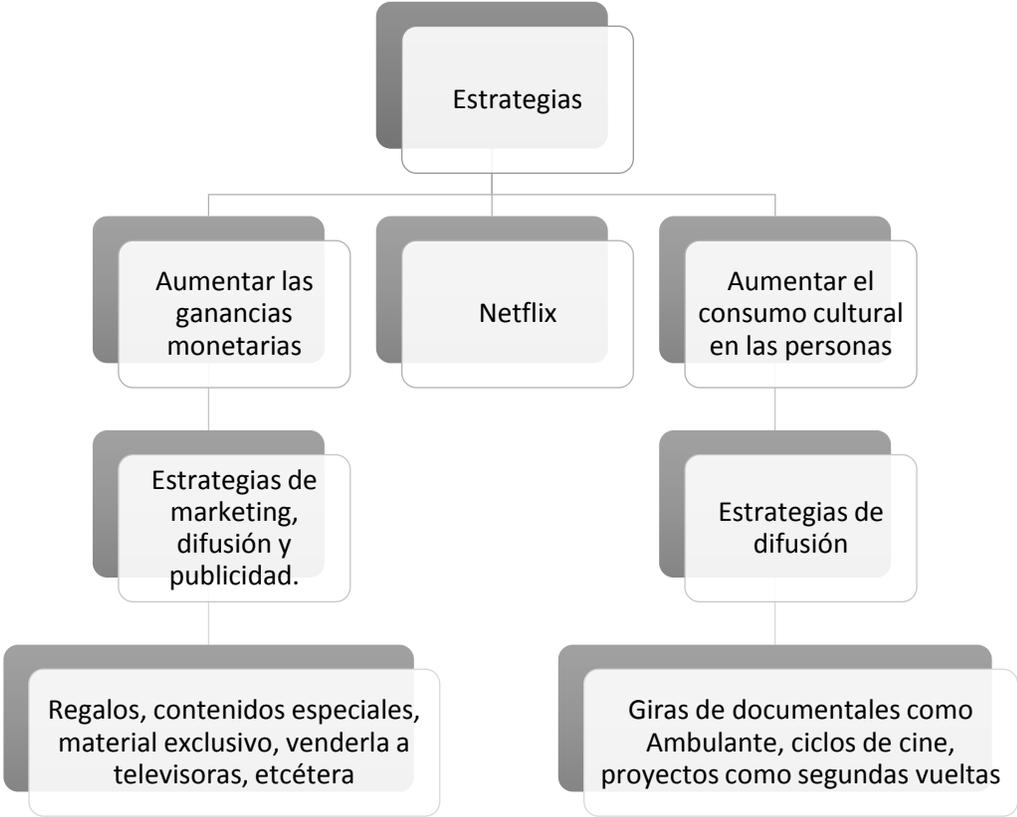
David Torralba me comenta que se encuentran casos dentro del cine comercial donde los directores no producen cine a su gusto, sino lo que se piensa que va a vender, dejando a un lado sus propios deseos.

Sin embargo sea cine mexicano o internacional siempre ha existido esta línea entre el cine comercial y el cine de culto y de autor. El cine comercial, como su nombre lo dice, es el que deja mayores ganancias, ya que se realiza para sacarle el mayor beneficio económico posible, y esto se genera con una difusión extraordinaria, en cambio, el cine de culto y de autor se inclinan más hacia crear un cine con una crítica social o crear films para experimentar ciertas corrientes, expresar gustos propios, etcétera. Pero esto no quiere decir que aquella línea sea infranqueable, porque se han creado películas con un alto contenido de crítica social, pero que también llegan a ser comerciales, y son exhibidas en cadenas de cines e incluso compartir en los famosos Óscars.

Estrategias

Ambas facciones cuentan con diversas estrategias para seguir desarrollándose y para que su contenido se difunda y consuma. En donde se pueden encontrar más inversión en estrategias es para disminuir el *free sharing*; el copyright es respaldado por las instituciones que imponen leyes y por lo tanto

sanciones a quienes no pagan por un contenido con propiedad intelectual. Pero en el siguiente mapa enseñaré de esas otras estrategias con las que cuenta el cine en mexicano, ya sea para frenar el *free sharing*, como para difundir más el cine, o una película; respondiéndome las preguntas: ¿Qué estrategias? Y ¿estrategias para qué?



Un tipo de estrategias es para aumentar las ganancias monetarias de una película, estas estrategias por lo general son de marketing y con una gran producción de publicidad para el film, combos en la dulcería de los cines, precios especiales depende del día de la semana, regalos especiales como figuras de colección, playeras, vasos, etcétera. En este caso es dar o regalar algo más por consumir la película original, es una especie de incentivo para que el consumidor se “anime” a ir al cine o a comprar la película original.

Alfonso López también me comentó que como parte de las estrategias para que el cine se posicione más en los hogares mexicanos está venderlo a televisiones y difundirlo más

Las empresas vieron en lo digital un excelente método para comercializar contenido, y estar al día con las innovaciones. Pasando del copyright físico a la gestión de derechos digitales (GDD), supone que:

“los consumidores accedan a los contenidos exclusivamente en las condiciones que el proveedor determine, como se estipula en la concesión de autorización al usuario, los plazos del servicio, los acuerdos clic wrap ²³y las leyes federales” (Burkart, 2006: 6 en Smiers y Schijndel, 2008:110)

El segundo tipo de estrategia son los sistemas de stream como Claro video, Netflix o incluso el sistema de streaming de la exhibidora Cinepolis²⁴, que son plataformas para ver de manera inmediata contenido como películas, series, caricaturas o programas.

“Los sistemas que hay de streaming legales también llevan un costo, en realidad si es un costo accesible porque también tiene varios paquetes que te ofrece, pero también creo que hay personas que no lo ven accesible a su bolsillo, a lo que ganan, o a lo que sea, entonces creo que por esa parte también es como la dicotomía un poco ¿no? Pero por ejemplo como te decía, creo que Netflix vio la oportunidad y la aprovechó y lo está haciendo muy bien, porque también está la cuestión que hace películas nada más para Netflix o documentales nada más para Netflix o estas series maravillosas que está haciendo... todos estos éxitos que ha estado teniendo Netflix los está analizando la propia industria del cine, porque si están levantando las cejas de muchos de los grandes productores... Netflix está matando la cuestión de *piratería*, porque tú ya no necesitas salir de tu casa, o sea dices, voy a ver esta película y la puedes ver las veces que tú quieras o ver esta serie y la pones, y la ves ¿no? Entonces creo que también está, si es un punto aparte.”

Entrevista con Alejandra Lomelí

²³ Contrato por el que el usuario queda obligado por las condiciones de sus, términos y condiciones legales y política de privacidad, que se hayan incluido en la página de Internet.

²⁴ <https://www.cinepolisklic.com/terminos-de-uso>

En el mapa ubico a Netflix en la parte de en medio, porque con el paso del tiempo ha demostrado que no sólo está interesado en conseguir ganancias monetarias sino también por acercarse al público con otra propuesta de contenido teniendo material de alto contenido artístico, cultural, ideológico y religioso.

Netflix vio un potencial mercado en su sistema de stream, ya que una plataforma con un vasto catalogo y a un precio accesible es atractivo para muchas personas; El costo del boleto en cine promedio es de 70 aproximadamente, sin embargo Netflix te cobra 99 pesos por el paquete básico en un dispositivo, además te ofrece más de 125 millones de horas de programas de televisión y películas. El costo que tiene una película o una serie en Netflix es exageradamente bajo a comparación de una película en el cine.



Los sistemas de stream, y principalmente Netflix, innovaron no sólo en el dónde ver el contenido, sino también en el cómo, creando nuevas prácticas para verlo, ya sea con pareja o amigos, esperar a ver una serie nueva con un amigo, no

²⁵ Obtenidas del Facebook oficial de Netflix México:
https://www.facebook.com/pg/Netflixmx/about/?ref=page_internal

ver un capítulo sin él o ella, incluso se hacen de las redes sociales para compartir imágenes o frases dirigido a sus usuarios, resaltando sus rituales del cómo ver.

El tercer tipo de estrategia, es para aumentar el consumo cultural del cine mexicano en las personas, que por lo general se basan en estrategias de difusión, pero no de un solo film o de ir o no al cine, sino de una serie de documentales o ciclos de cine, que recorren distintos puntos de la ciudad, ya sea en lugares especiales para consumir cine como la cineteca, museos o centros de arte hasta en parques, y lugares públicos en colonias para que de esta manera el cine se acerque a todo el público y de todas las edades.

Por ejemplo Lola Díaz y Rigoberto Perezcano están interesados en hacer del cine una opción de entretenimiento barata y al alcance de todos con giras de documentales, donde no sólo se promueva el cine mexicano, sino que además se incluya la promoción de proyectos, como funciones al aire libre, rodadas, entre otros eventos.

La Casa del cine y su proyecto Segundas vueltas es parte de una estrategia para la difusión del cine mexicano: El proyecto busca estimular la formación de públicos y devolver el derecho del espectador a disfrutar de funciones de cine mexicano de calidad mediante el fortalecimiento de las salas alternativas de exhibición.²⁶

“estamos comprometidos con el cine mexicano y más que con el cine mexicano, con el público mexicano” Lola Díaz

Se podría decir que tanto el primer tipo de estrategias y es segundo, se realizan también para frenar el consumo del *free sharing*, se les ofrece a los usuarios ciertos privilegios o materiales exclusivos para que estos decidan a cambio de todo esto que se les ofrece, consumir contenido original, o tener al alcance mayor contenido, mucho más barato y más accesible, como lo que ofrecen los sistemas de stream. Sin olvidar que los que manejan estas estrategias, pertenecen a una industria del cine más grande, y de donde forman parte las exhibidoras, las difusoras

²⁶ <http://segundasvueltas.mx/proyecto/>

y productoras, sin embargo el tercer tipo de estrategias es distinto, ya que su opinión del *free sharing* difiere un poco de los dos primeros, ya que por ser un cine más independiente y de culto, ven al *free sharing* como un método más de difusión de su contenido.

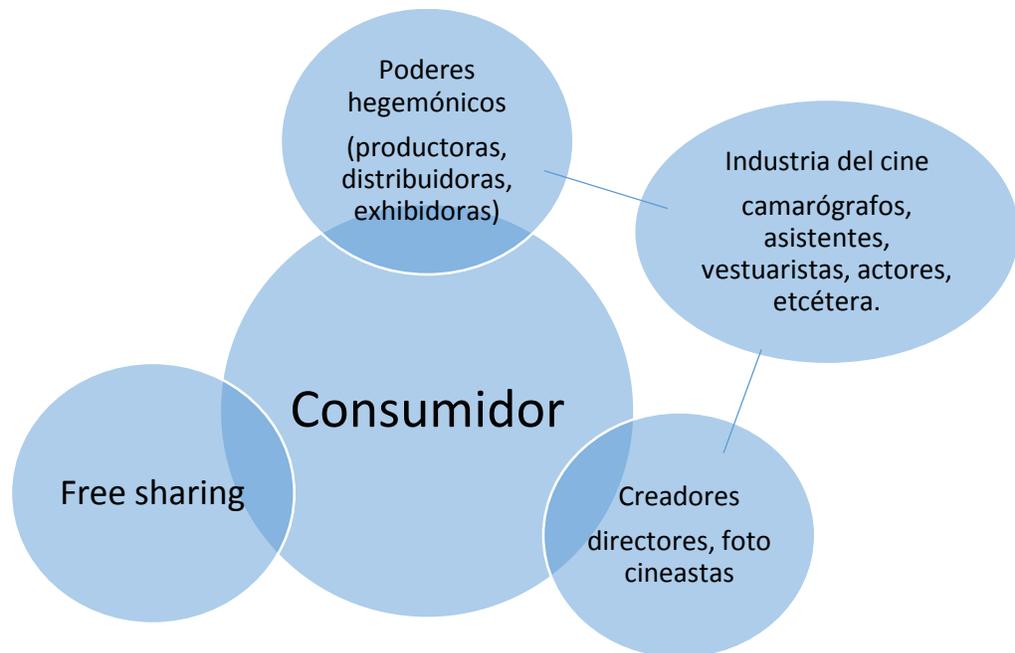
Es aquí donde doy paso al siguiente capítulo, donde entran los derechos de autor o el copyright para defender al cine comercial del *free sharing*. Algunos autores señalan al copyright como aquello que transforma un producto en exclusivo o como un instrumento por parte de un monopolio (Lessig; 2004, Smiers y Schijndel; 2008). Al fin de cuentas la propiedad intelectual es un negocio.

Capítulo tres

Más allá de los rudos técnicos

En este capítulo quisiera abordar la discusión que está más allá de los bandos; rudos vs técnicos, aquello que se encuentra de trasfondo; en este sentido se trata de analizar las distintas estrategias y narrativas con las que cada actor se hace para hablar del otro y de sí mismo, pero también para competir entre ellos.

En pocas palabras, es condensar todo lo dicho en los capítulos anteriores para aquí ver cómo se relacionan entre ambos. Por ejemplo ambos “bandos” tienen distintas estrategias y narrativas respecto al otro, pero más allá de estas narrativas y estrategias es el cómo interactúan.



En la imagen anterior se puede ver cómo todo es parte de un sistema donde el *free sharing*, la industria del cine y los creadores están conectados unos con otros. El consumidor se encuentra en el centro ya que de él es la decisión final.

¿El free sharing como un mal necesario?

“La piratería de unas personas ha sido la oportunidad de mercado de otros y la frontera entre ambas ha sido tema de negociación política y social” (Sundaram, 2007. En Karaganis, 2012, P.3)

El cine mexicano se ha enfrentado a diversos problemas, a la vez ha buscado un resurgimiento de la industria, tanto es así que actualmente los involucrados en este mundo mencionan que aún no se puede hablar de una industria del cine mexicano como tal, ya que aún no está bien estructurada. Un film depende del éxito en taquilla para convertirse o no en un fracaso comercial para los productores. Y es que el financiamiento se da a una película por la rentabilidad económica. Además de quedarse con la mitad de los ingresos, las exhibidoras inflan de una manera estratosférica los precios de los productos que se consumen en sus instalaciones.

Si el artista tiene un buen representante y logra un buen acuerdo con las casas productoras, podrán entonces acordar una suma fija de ingresos que no pasa el equivalente al tres por ciento de los ingresos en taquilla.²⁷ Además, una película mexicana está condicionada a convocar a un millón de espectadores en 15 días, si no cumple con esta meta, desaparece de cartelera.

Roberto Girault (2012) menciona que el gobierno mexicano introdujo una norma que obliga a los administradores de los cines a mantener en pantalla las películas mexicanas que sean la primera obra de su director durante un mínimo de dos semanas. Desafortunadamente, la medida no ha tenido tanto éxito como el

²⁷ Consultado de: <http://www.hispanicla.com/la-pirateria-y-el-cine-mexicano-19509>

esperado, debido a que las exhibidoras presentan las películas nacionales en horarios laborales o nocturnos, lo que hace más difícil su consumo.

Leonardo Tarifeño (2004) dice que según las estadísticas de IMCINE, una película como *Sexo pudor y lágrimas*, vista por 5.6 millones de personas y con doce millones de dólares de recaudación en taquilla alcanzaría por sí sola para financiar el mantenimiento de IMCINE y su presupuesto anual de 7 millones de dólares.

El director de cine independiente Roberto Girault (2012) crítica que uno de los principales males para el cine independiente mexicano, es la “piratería”, aunado a que las grandes exhibidoras se las juegan para no presentar las películas independientes, debido a que no generan grandes ganancias como las películas hollywoodenses.

“La piratería genera mucho más pérdidas en esta industria, además los organismos televisivos son conocidos por las escasas licencias que pagan sobre los derechos de las películas nacionales, con el argumento de que la película ha sido ampliamente pirateada, haciendo con esto de que el valor de su debut televisivo se reduzca enormemente.” (Girault, 2012)

Las grandes industrias protectoras de los derechos de autor han estado en una constante lucha contra el *free sharing* con el objetivo de “ofrecer los incentivos adecuados para asegurar de que todo el mundo tiene acceso a los contenidos a través de múltiples plataformas y que las personas que hacen los contenidos sean capaces de seguir haciéndolo” (MAPAA, 2016)

En este sentido, Naím (2006) menciona que se emplea un discurso de la protección de la creatividad, en donde si ésta no se protege, los autores pueden dejar de crear ante la falta de apoyo y protección.

La RIAA (2016) menciona “cuando tomas copias no autorizadas de algún trabajo creativo, tú estas tomando algo de valor del propietario sin su permiso de él o ella”

Una narrativa es tachar el *free sharing* como un robo, incluso como el culpable de las pérdidas en taquilla, porque una persona que consume este contenido gratuito en Internet, es un consumidor menos.

Dentro de la industria, se generan distintas opiniones en torno a la práctica del *free sharing*. En la siguiente figura coloqué las opiniones entre quienes lo consideran bueno, malo o se encuentran en un punto intermedio.



Lola Díaz, quien es la directora ejecutiva de La casa del cine, lo considera como un mal necesario. Su opinión la coloqué en el medio, ya que la considero como una opinión que se ubica entre buena y mala. El director documentalista, Everardo González, considera al *free sharing* un mal necesario, pero también cuestiona su narrativa de gratuidad, ya que a pesar de que considera al *free sharing* como una buena herramienta para llevar el cine a más consumidores, se cuestiona quiénes están detrás de este sistema económico y si realmente comparten contenido por amor al arte. Alfonso López, director de la distribuidora cinematográfica ALFHAVILLE CINEMA, lo considera completamente como un robo y que las estrategias que lleva a cabo la industria sirven para que las personas dejen de consumir el *free sharing*. El actor David Torralba se colocó entre lo malo y el mal necesario, ya que a pesar de estar consciente de que el *sharing* representa una alternativa al cine, él lo sigue considerando como un robo no tanto a la creatividad sino al esfuerzo y al trabajo que costó realizar el film. Y Joel Luna opina que el *free sharing* es tanto bueno como malo, ya que hace perder dinero que puede servir para financiar ciertos proyectos, pero también acerca a las personas al cine.

¿Qué me dice el *free sharing*?

En este apartado mencionaré lo que mis entrevistados del *free sharing* opinan respecto al cine y a su industria.

“pienso que si doy las películas gratuitamente no tendrá que gastar hasta 500 lempiras en ir al cine u otro lugar. Puedes quedarte en tu casa viendo una peli con tu pareja o tu familia y disfrutarla en tu hogar y así la gente se ahorra mucho más dinero... Yo creo que es un poco posible que le haga perder dinero a la industria cinematográfica, pero ellos estafan a mucha gente, yo lo he presenciado, los estafan mucho y por eso hago esto para que gente inocente deje de ser estafados por gente corrupta” (Leo, administrador de repelis.tv)

Consideramos que la industria del cine está cambiando, antes la única manera de ver películas en estreno era en el cine, ahora con el auge de Netflix y otras plataformas ha cambiado mucho. Inkapelis es una página donde se comparte contenido, algo parecido a Taringa. No todos tenemos la capacidad económica para comprar un boleto, y no hay porqué privarnos de ver una película. Por eso, de ahí nace INKAPELIS.COM (administrador de inkapelis.com)

Mis entrevistados me comentaron que ellos consideran que la práctica del *free sharing* no está mal. Que inclusive es un buen acto el compartir contenido gratuito.

Richi entiende de otra manera el *free sharing* y así como él hay muchas otras más personas que lo entienden de un modo distinto, por ejemplo Leo dijo lo siguiente:

“si eso me molesta mucho. Me molesta que crean que lo que yo hago es algo malo, me molesta también que me llamen pirata, detesto esa palabra y que me llamen así(...) a los que me llaman así son unos ignorantes que no se fijan en lo que yo hago por las personas a las que si me toman en cuenta y yo no me llamaría de ninguna manera, creo yo sólo soy una persona común y corriente que le gusta darle a las personas con poco dinero, se podría decir, la oportunidad de ver una película que habían deseado ver. Yo sólo se las doy gratuitamente, así que no me llamaría de ninguna forma, pero, ¿tú como me llamarías?”

Autores como Lessig y Karaganis (2004, 2012) opinan que las grandes restricciones por parte del copyright hacen que incluso la creatividad sea cada día más limitada. Y es que el proteger los derechos de autor se ha inclinado más a proteger ciertas formas de negocio y es ahí donde la propiedad intelectual se vuelve un instrumento.

“cada vez más somos menos una cultura libre y más una cultura del permiso.”
(Lessig, 2004: 21)

Todo lo anterior dicho es sobre películas mexicanas que de alguna u otra manera cuentan con el apoyo de una productora y además corren con la fortuna de ser exhibidas en una sala de cine. ¿Qué pasa entonces con aquellas películas mexicanas que no llegan a las salas exhibidoras, aquellas películas que sólo se presentan en los festivales de cine para después desaparecer?

La respuesta es simple, que se quedan sólo en los círculos más estrechos de este mundo, no por la existencia al recelo de consumo, sino por la falta de difusión y de oportunidades para la distribución.

Roberto Girault (2012) señala que la infraestructura cinematográfica en México es actualmente una de las más desarrolladas del mundo, pero la industria del cine del país sigue siendo vulnerable al escaso acceso al mercado y al corrosivo efecto de la “piratería” de películas

La mayoría de las películas producidas al año en México no llegan a ser exhibidas, esto muchas veces porque no cuentan con el apoyo por parte de una exhibidora y productora, como lo mencioné anteriormente sólo se logran presentar en festivales para después quedar sólo en el recuerdo de unos cuantos que pudieron asistir a dichos festivales. Muchas veces estos directores son su propia productora y distribuidora, gastan todos sus ahorros en poder producir su película, sin embargo no se conoce. Entonces es aquí donde pienso que el *free sharing*

podría contribuir en la distribución de películas que por la falta de apoyo no son vistas.

¿Quién pierde realmente por la práctica del *free sharing*?

Ya se sabe que el menor porcentaje en ganancias en taquilla se lo lleva el director y el mayor el exhibidor. Las grandes industrias alegan acerca de proteger la creatividad, entonces ¿por qué la mayoría de las ganancias no se van para los directores y productores? De esta manera ambos podrían recuperar el dinero invertido y obtener ganancias, pero no es así, las grandes industrias defienden sus intereses económicos.

Maira Aranza (2011) menciona que al comprar “piratería” pocas veces el consumidor afecta al artista como lo ha querido hacer ver el gobierno mexicano en las campañas publicitarias. Lessig (2004) menciona que estas personas inclusive son creadores, en donde las mismas leyes del copyright los limitan tachándolos de “piratas” y con ellos de criminales, cuando según sus ejemplos, los creadores en todo momento se han basado de algo ya establecido para crear algo nuevo.

La actriz Yareli Ariznend afirma:

“la piratería es el recurso natural del ser humano cuando lo que le gusta mucho le resulta muy difícil de obtener (...) las industrias cinematográficas como Hollywood se empeñan en mostrarle al público, cortos, entrevistas, publicidad, espectaculares, de películas y demás, de tal modo que el público los desea, sólo para decirles ¿sabes qué? No vas a poder pagar la entrada al cine, ni mucho menos para tu familia entera y además ¿sabes qué? Tampoco vas a poder pagar el DVD porque te cuesta igual de caro que ir al cine” (en Mayra Aranza, 2011)

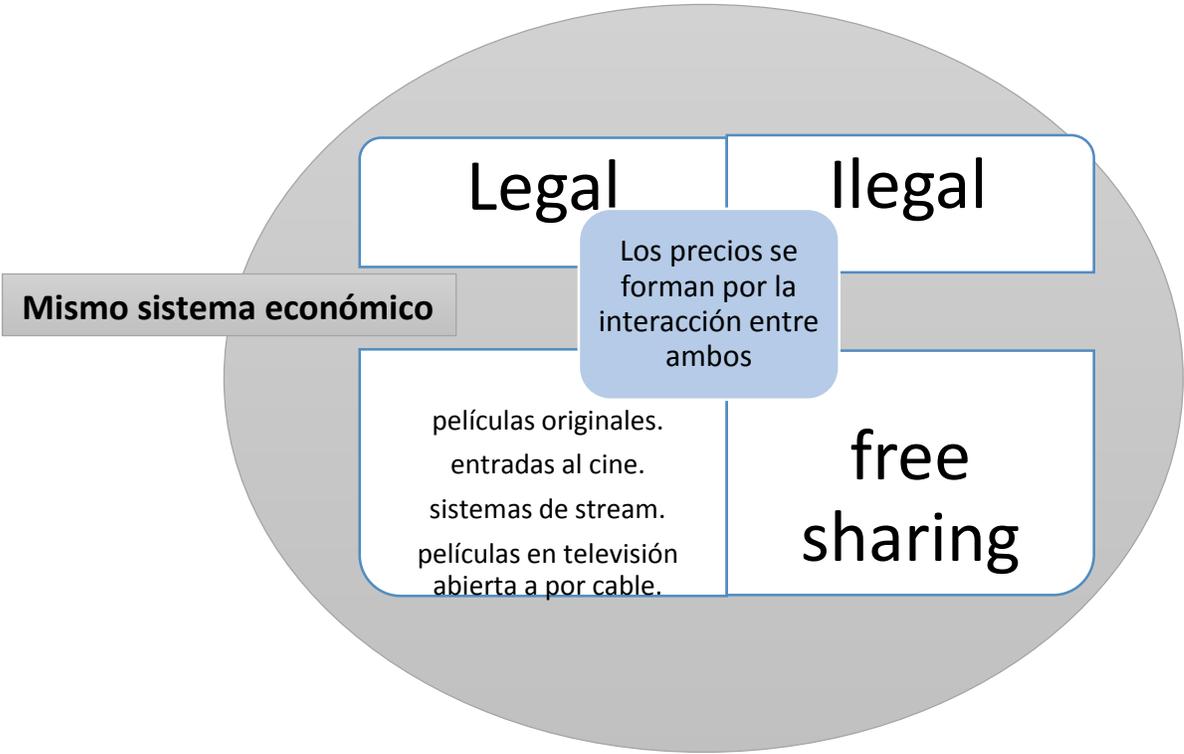
David Torralba me menciona que los directores y todos aquellos que conforman la producción y la realización de una película cuentan con un sueldo y que si a alguien no se le paga es por culpa de la productora. Pero las productoras nos dicen que si la película no alcanzó suficientes dinero en taquilla para haber

cubierto la inversión es culpa de la “piratería”, ya que una persona que consume o comparte películas de manera gratuita es un consumidor menos.

Competencia.

“altos precios de los productos de medios, bajos ingresos y el bajo costo de las tecnologías digitales son los principales ingredientes de la piratería” (Karaganis, 2012: i)

Existe una contienda entre los productos legales e ilegales, los cuales forman parte de un mismo sistema económico, ya que por la interacción de ambas se genera una especie de competencia que define sus estrategias para combatir a la otra.



¿Cómo compites con algo que es gratuito?

Las estrategias del cine mexicano y de las cuales ya hablé anteriormente, se crean por la difícil competencia que representa el *free sharing*.

“estamos orillando a que la gente lo haga, (consumir *free sharing*) porque los precios obviamente no son competitivos con la piratería” Lola Díaz

Al ser el *free sharing gratuito*, hace que la industria del cine busque estrategias para poder obtener más público o que éste prefiera consumir contenido original, la competencia que existe entre ambos es una de las causas de la nivelación de precios de los contenidos originales.

¿El *Free sharing* como consecuencia?

Entonces, el *free sharing* de películas es la consecuencia de un conjunto de prácticas y leyes arbitrarias que privilegian a los favorecidos y generan un abuso en el cual los que ganan más son los exhibidores y los menos protegidos son los creadores independientes.

La industria del cine se hace del poder hegemónico y para tratar de frenar o disminuir a la clase no hegemónica de una manera legítima, hace uso de las leyes o de distintas estrategias de marketing. Sin embargo, dicha dominación se reproduce constantemente, ya que el grupo dominado crea sus propias estrategias para que el poder y la dominación del grupo hegemónico les causen el menor daño posible.

“contribuir a una sola generación de una sólida capa de conocimiento compartido, cooperar activamente en la construcción de un patrimonio común de procedimientos y contenidos, se convierte facialmente en una ética de solidaridad en red y en una estética anticapitalista, pero la cooperación nunca ha excluido a la competencia, y dentro de un campo autónomo, por mucho que rijan un principio de concordia geek, no quedan eliminadas las tensiones y las disensiones, el legítimo afán de copiar el capital específico que el campo dispense; en este caso, el del reconocimiento de los miembros de ese mismo campo.” (Felipe Ortega y Joaquín Rodríguez, 2011, P.64.)

Con esto me refiero a que en sí, el *free sharing* tiene distintos caminos y puertas al momento de que se cierra una de las páginas para ver películas. Quienes lo practican cuentan con decenas de planes “b”, por ejemplo, abrir una página nueva, o en el caso de los servidores que son cerrados utilizar más servidores existentes en la red, nunca se quedan sin medios para compartir, si el poder hegemónico les cierra una puerta, ellos tienen más que llegan al mismo lugar. Pero de igual manera construyen nuevas, basándose en una red de solidaridad, de ayuda mutua; ya que entre los propios usuarios se han ido armando nuevas redes y complementando otras.

“Lamentablemente el servidor MEGA.nz ha implementado nuevas restricciones, estas restricciones son totalmente ajenas a Compucaliv y no hay mucho que podamos hacer. Invitamos a los usuarios a darle la oportunidad a los otros servidores y si está dentro de sus posibilidades comprar cuenta premium en Uploaded o Filefactory

Nota: Por favor no saturar la web de comentarios con respecto a los problemas de MEGA, anímense a probar otros servidores.”²⁸

Por otro lado, en la página oficial de la RIAA se puede encontrar una serie de puntos que te dicen qué actos son considerados como “piratería” y cuáles no, por si algún usuario tiene la duda. Sin embargo sostienen que la defensa de los derechos de autor es para que la creatividad perdure y se reproduzca. Si es así, entonces; ¿con qué motivos se crea cierto contenido? ¿Si realmente no existiera la remuneración económica por los contenidos, las personas dejarían de crear? Creo que pensar de esta manera, es pensar que las personas son demasiado egoístas. Al crear algo nuevo siempre se tiene la intención de que esta cosa sea conocida, la primera reacción es compartirla, claro está que si a eso que yo le puse tanto esfuerzo y dedicación es robado y utilizado por alguien más sin respetar mi nombre, es dar un gran golpe hacia el valor de ese algo que he creado. Una cosa es compartir de manera gratuita algo que ya tiene un precio y otra muy diferente es utilizar ese contenido como si fuera tuyo sin respetar al autor o creador original, eso se le conoce como plagio.

²⁸ Aviso tomado de la página de Facebook de compucali.tv

Ambas facciones se hacen de narrativas para minimizar o maximizar el quehacer del *free sharing* o el de la industria. Cada día se lucra más con la creatividad, y aquel que esté interfiriendo con esas ganancias es perseguido, sufriendo de bombardeos mediáticos. Un ejemplo de esto, en los discursos dado por los gobiernos mencionan que el *free sharing* genera incluso pérdidas para la nación; ¿entonces el *free sharing* le hace perder tanto a la nación como nos hacen creer?

Karaganis (2012) señala que, en este caso, el *free sharing*, tal vez afecte a sectores específicos sin embargo “Dentro de un país, la piratería de bienes locales es una transferencia de ingresos, no una pérdida. El dinero que ahorran los consumidores o las empresas en CD, DVD o software no desaparece, sino que suele ser utilizado en otras cosas, como vivienda, comida, otros espectáculos, otros gastos comerciales y demás. Estos gastos, a su vez, generan ingresos por impuestos, nuevos empleos, inversiones en infraestructura y una lista de otros bienes que los análisis de la industria colocan habitualmente en la columna de pérdidas.” (Pp. 18)

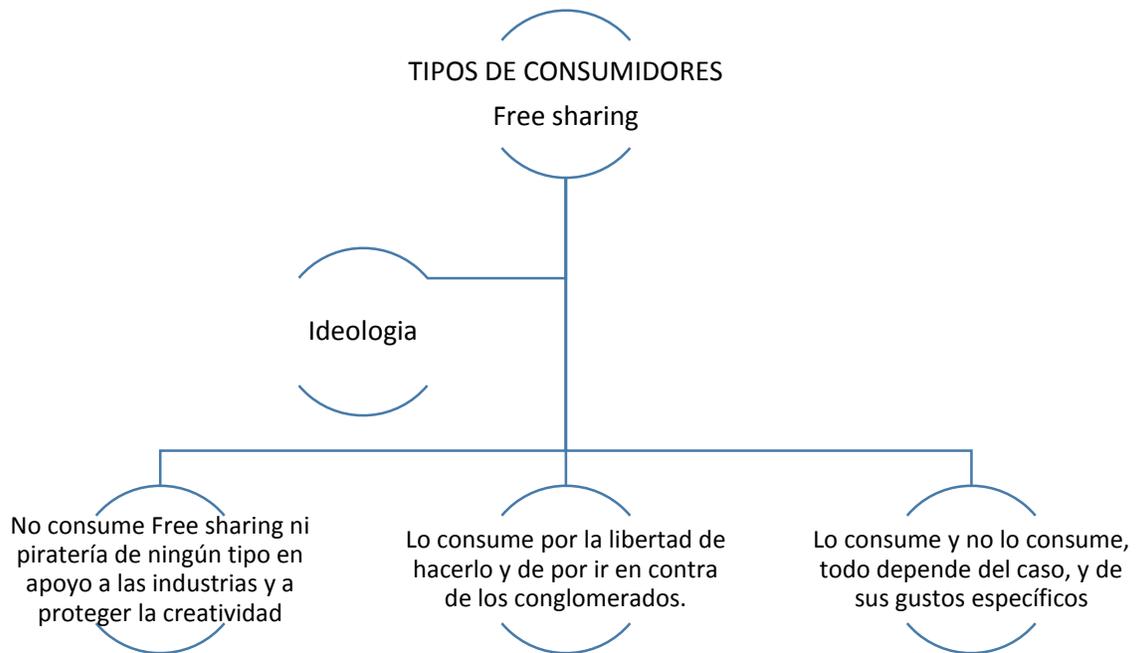
Consumidores/usuarios

Por último, pero no menos importante, está el consumidor o el usuario, es aquel que decide qué ve, cómo lo ve y qué vale la pena ver y gastar para verlo. Existen distintos tipos de usuarios dentro de este tema: y dependen de la perspectiva que tome el consumidor: Están aquellos que por nada del mundo recurren al *free sharing* en el caso de películas, ya que se consideran cinéfilos. Un ejemplo son los gamer, quienes se atribuyen ese término están en contra de comprar los juegos crackeados o adquirir de manera gratuita en Internet y prueban esas prácticas, ya que una parte de su ideología es comprarlos originales para apoyar a la industria de los videojuegos a seguir creando. O están aquellos consumidores que, según García, Jeldres y Mardones (2007) perciben vulnerado su derecho de disponer libremente de un bien adquirido, aplicando condiciones abusivas pasando a llevar derechos básicos, tanto con restricciones legales como técnicas, y por lo tanto ven al *free sharing* como un medio para la obtención de su derecho al entretenimiento libre y

accesible. Pero también existe un tercer tipo de consumidor, donde sus prácticas de consumo se basan en si vale la pena o no la película para verla en el cine o prefiere verla por medio del *free sharing*, y así mismo decide si comprar una película original, contenido especial, etc. Y un cuarto tipo de consumidor es aquel que su decisión se basa en las situaciones momentáneas o a su contexto actual; flojera de levantarse un domingo, o estar escaso de dinero en ese momento, pero ansioso de ver una película. Estos dos últimos tipos de consumidor se encuentra en un punto medio entre la protección de derechos de autor o el *free sharing*.

Tom (1998) y Hoon, (2001), en Francisco García (2007) indican que la diferencia de precios entre originales y copias es un factor crítico en la decisión del consumidor y exploran factores distintos al precio sobre la base de que los consumidores de productos no autorizados racionalizan su decisión en términos como los siguientes:

- Las compras que realizan incrementan la popularidad de los artistas.
- Los consumidores que no pueden comprar el original tienen la posibilidad de disfrutar de sus artistas comprando o consiguiendo de manera gratuita la versión no autorizada.
- Los artistas no parecen verse perjudicados, pues se ve que cobran mucho dinero y tienen un elevado estándar de vida.
- Sus compras de productos no autorizados se deben a que los productores de originales cobran precios exorbitantes. Por tanto, los que están mal son los ofertantes.



Ir al cine con pareja o amigos, comprar una película original, o verla en un sistema de stream y no adelantar capítulos porque ves la serie a la par con otra persona. Es parte de ciertos rituales de consumo de entretenimiento. No se ha dejado de consumir contenido original, las prácticas pueden cambiar, pero el consumir no.

Después de todo, dependen de prácticas de consumo, y como lo mencioné en el capítulo anterior la industria y el *free sharing* compiten por los consumidores, y son éstos quienes tienen la última palabra.

Conclusiones finales

Un contenido que se comparte por una red de P2P muchas veces es con la intención de distribuirlo gratuitamente, por personas que consideran que los precios de estos contenidos originales son costosos, además de que no todas las personas pueden costearse tan fácilmente una entrada al cine, un DVD, un CD o un videojuego original. Karaganis (2012) subraya que al reconocer los precios y el efecto de éstos equivale a ver a la “piratería” desde el lado de los consumidores, en lugar de hacerlo desde la producción en la economía global de los medios. Pero en mi caso, yo lo estudié desde ambas partes, para que de esta manera se analice el porqué del *free sharing*, de dónde viene, cómo se produce y por qué se produce.

Para empezar, el *free sharing* nace por múltiples intenciones, entre ellas el gusto por compartir, ya sea a familiares, amigos o clientes, el del tener una ideología política sobre el derecho al acceso gratuito del entretenimiento, y por lo tanto no consideran que lo que hacen sea algo ilegal, al contrario, lo ven como algo benéfico. Esto porque para ellos el cine es costoso y no es accesible para todas las personas. Además de la presión que ejercen las leyes para frenar el *free sharing*, se han hecho de distintas estrategias, que van desde compartir archivos en torrent, almacenar archivos en servidores especiales que se encuentran independientes a sus páginas, esto con el motivo de dirigir el cierre y las infracciones hacia esos servidores; así si uno de esos servidores es quitado o es un “link caído” cuentan con otros servidores más. Otra estrategia es la declaración, con la que unas páginas cuentan, puntualizando que ellas no alojan contenido con copyright, alegando que éste se encuentra en otro sitio. ¿El *free sharing* se podría ver como una especie de Robín Hood moderno, aquel que toma del rico para darle al pobre? Algunos consumidores los ven así. O ¿hay que verlo como algo que sólo daña la creatividad de las personas?

El *free sharing*, es parte de la búsqueda de una *cultura libre* (Lessig, 2004), por su naturaleza de compartir gratuitamente el entretenimiento y el conocimiento.

Contrario a este término, se encuentra la cultura del permiso, en donde los creadores logran crear solamente con el permiso de los poderosos o de los creadores del pasado (Lessig, 2004). Los conocimientos de las personas dedicadas al *free sharing* pueden ser otras formas de innovación o de creatividad, los cuales son perseguidos por los grandes conglomerados.

“las formas habituales en las cuales los individuos crean y comparten la cultura caen dentro del ámbito de acción de las regulaciones impuestas por las leyes, las cuales se han expandido para poner bajo su control una enorme cantidad de cultura y creatividad a la que nunca antes había llegado.” (Lessig, 2004, P.21)

En este sentido, existe un proteccionismo para apoyar a ciertos sectores creativos, aquellos que económicamente son más rentables proteger. La defensa además no se da directamente a los creadores, sino a la industria que se encuentra detrás del creador y de la creación.

Margarita Padilla (2012) menciona que la propiedad intelectual es una contradicción, ya que los bienes intelectuales no pueden estar sujetos a propiedad porque: 1. no están limitados por naturaleza (de hecho su naturaleza es reproducirse máximamente),

2. Cuesta lo mismo producirlos para uno que para todos (se multiplican sin coste gracias a las nuevas tecnologías)

3. El que lo disfrute una persona no impide ni disminuye que lo disfruten las demás (de hecho cuanto más lo disfruten los demás, mayor valor adquiere al devenir culturalmente más relevante)

Por esto mismo es importante admitir, que la producción cultural es candidata al *free sharing*, por la existencia de personas que están en una constante búsqueda del libre acceso al entretenimiento.

La gran industria maneja el discurso de salvadores y protectores de la creatividad de los autores. Señalando y estigmatizando al *free sharing* de robo. Pero los creadores en México, son los menos protegidos por las leyes, ya que el primero en beneficiarse por una película exhibida es la exhibidora, después la productora, luego la distribuidora y al final los creadores. Y ni hablar de los creadores independientes. Ya que mientras unos hablan de un robo contra la creatividad y el producto de alguien más, otros lo ven como un “mal necesario”. En este sentido el *free sharing* en México sirve como distribuidora de una película que no pudo llegar a las salas grandes de cine y que sólo se queda en los círculos más cercanos. Desafortunadamente hay películas mexicanas independientes que no se encuentran en cualquier página de Internet. Ya que por lo mismo que no son conocidas fuera de su círculo, es difícil que se filtren en Internet. Pero sabiendo buscar se encuentran en la red. Ya sea buscando directamente en torrent o también existen páginas donde tienen una categoría especial para este cine.

Me di cuenta que cada bando se construye con actores distintos y complejos, pero también con narrativas y estrategias interesantes. En un principio yo pensaba que la industria era sólo un actor; desglosé su estructura para darme cuenta que lo que pensaba como uno, era parte de un todo con varios actores, y que incluso los creadores son actores que puede ser parte de la industria, pero también independientes. Ya que el hacer cine es todo un mundo y depende de una gran variedad de personas dedicadas a las distintas etapas de una película desde preproducción, producción y posproducción.

Tanto el realizar un película como crear una copia no autorizada, requiere de un sistema de producción distinto para cada uno. En el caso de una película es una red de actores que van desde los meritorios²⁹ hasta las exhibidoras, pasando por decenas y a veces hasta cientos de personas distribuidas en distintas áreas encargadas de ciertas cosas; fotografías, producción, guion, montaje, doblaje, efectos especiales, etcétera, en donde el tiempo de filmación se puede extender hasta años.

²⁹ Jóvenes que por lo general son jóvenes estudiantes que están ahí para aprender sin recibir sueldo.

En cambio el realizar una copia no autorizada de manera on-line se requiere de una sola persona, la cual se encarga de copiarla, distribuirla e incluso de exhibirla. Las páginas que entreviste dedicadas al *free sharing* no cuentan con más de cinco miembros, los cuales se distribuyen las áreas de atención a los usuarios, enlaces caídos, encargado de subir el contenido, etcétera. El distribuir contenido no autorizado se vuelve parte del ritmo de vida de una persona, pero permite realizar otras actividades, ya que no consume todo su tiempo, además de que la persona busca un medio para obtener ganancias, ya que el *free sharing* no produce lo suficiente económicamente para subsistir. Sin embargo, es distinto a cuando se realiza una película, en donde todo el tiempo de los actores involucrados es consumido por la preproducción, el rodaje, la posproducción y la exhibición.

El trabajo involucrado y las diferencias al momento de producir ambos tipos de producto son abismales; ya sea en el tiempo, el número de personas involucradas, el desgaste físico, emocional y sobre todo lo económico. Claro está que con una película se espera recuperar al menos lo invertido en ella y con el *free sharing* la ganancia económica no es el principal motivo.

El *free sharing* en México, podría ir de la mano con el mal manejo de recursos, corrupción, la falta de oportunidad en el cine y/o recortes a la industria (actualmente se habla de un nuevo recorte a la industria del cine para el 2017, donde la Academia de Arte y Ciencias Cinematográficas perderá para el otro año el 77% del presupuesto)³⁰. Todo esto ha generado que el *free sharing* sea una alternativa para aquellas películas que no cuentan con la suficiente difusión y para personas que se les dificulta ir al cine por lo costoso que les puede resultar.

Realmente me hubiese gustado tener más tiempo para abordar otros puntos que el tiempo no me permitió, precisar las prácticas de consumo y responder el

³⁰ Consultado de: obtener información de <http://www.cinepremiere.com.mx/recorte-presupuesto-cine-mexicano-2017-61658.html>

porqué de dichas prácticas. Obteniendo información de primera mano, investigar más la industria del cine comercial en México, conseguir datos estadísticos respecto a las pérdidas que dice tener la industria por culpa del *free sharing* en específico, y obtener las historias de aquellas personas detrás de la creación de los BitTorrent. De igual manera investigar el *free sharing*, sus múltiples formas y sus usuarios, así como la interacción social y sus repercusiones en el mundo *offline*. Son temas que son necesarios profundizar en futuras investigaciones.

Trabajos citados

- A. Francisco García, Alejandro Jeldres, María Ángel Mardones (2007). *Conducta del consumidor y Piratería*. Santiago de Chile.
- Carlos Alba Vega, G. L. (2015). *La globalización desde abajo. La otra economía Mundial*. México: Fondo de cultura económica, Colegio de México.
- Compucali.tv. (diciembre de 2016). Obtenido de <http://www.compucalitiv.com/>
- Elisenda Ardévol. (5-9 de junio de 2016). Etnografías de lo digital [Diapositiva]. [Diapositiva]. Ciudad de México, México.
- Himanen, P. (2001). Prefacio, Prólogo; ¿Por qué el hacker es como es? En P. Himanen, *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información* (págs. 5-9). Finlandia: BARCELONA.
- IMCINE. (2016). *ANUARIO ESTADÍSTICO DE CINE MEXICANO 2016*. Ciudad de México. : IMCINE.
- Inkapelis. (diciembre de 2016). Obtenido de <http://www.inkapelis.com/>
- Felipe Ortega, J. (2011). *El potlach digital. Wikipedia y el triunfo procomún y el conocimiento compartido*. Catedra.
- Karaganis, E. p. (2012). *piratería de medios en las economías emergentes*. Estados Unidos: Social Science Research Council.
- LESSIG, L. (2004). *Cultura libre*. New York, New York: THE PENGUIN PRESS.
- Lessig, L. (abril-junio de 2008). *TELOs*. Recuperado el 12 de julio de 2015, de Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II).: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp@idarticulo=1&rev=75.htm>
- McGuire, D. (29 de March de 2004). *Study: file-sharing no threat to music sales*. . Obtenido de The Washington Post: <http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A34300-2004Mar29?language=printer>.
- MPAA. (20 de agosto de 2016). *Motion Picture Association of America*. Obtenido de <http://www.mpa.org/why-copyright-matters/>
- NAÍM, M. (2006). *Ilícito. Cómo traficantes, contrabandistas*. Colombia: D'vinni Ltda.
- Padilla, M. (2012). Compartir es bueno. Muchos efectos con pocos coste. En M. Padilla, *El kit de la lucha en internet* (págs. 86-89). Madrid: Treficantes de sueños.
- Pelis24. (marzo de 2017). Obtenido de <https://pelis24.mobi/>
- Pepecine. (diciembre de 2016). Obtenido de <https://pepecine.com/>
- Repelis.tv. (diciembre de 2016). Obtenido de <https://repelis.tv/>

- RIAA. (20 de agosto de 2016). *Recording Industry Association of America*. . Obtenido de <http://www.riaa.com/resources-learning/about-piracy/>
- Ribeiro, G. L. (2002). El espacio-público-Virtual. *SÉRIE ANTROPOLOGIA*, 1-27.
- Ribeiro, G. L. (2011). Antropología de la Globalización. Circulación de personas, bienes e informaciones. *Cuaderno Urbano*, 10: 159-186.
- Ribeiro, G. L. (2012). La globalización popular y el sistema mundial no-hegemónico. *Nueva Sociedad*, 241: 36-62.
- Ribeiro, G. L. (2013). O QUE HÁ EM UMA CÓPIA? . *Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology*.
- Santiago. (21 de junio de 2001). *emol. Tecnología* . Obtenido de Sube la venta de música de Napster, según estudio: <http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2000/07/21/27166/sube-la-venta-de-musica-de-napster-segun-estudio.html>
- Services, U. O. (s.f.). *Online piracy*. Obtenido de <http://piracy.web.unc.edu/test/>
- Smiers, J. (2006). *Un mundo sin COPYRIGHT. artes y medios en la globalización*. España: Gedisa.
- Stallman, R. M. (2004). *Software libre para una sociedad libre* . Madrid: Traficante de sueños.
- Tarifeño, L. (31 de enero de 2004). *Letras libres*. Obtenido de Las luchas del cine Mexicano: <http://www.letraslibres.com/mexico/las-luchas-del-cine-mexicano>
- Teathery, K. (9 de may de 2002). *the Washintong post*. Obtenido de Jupiter Analyst, RIAA Trade Barbs Over P2P Findings: <http://emoglen.law.columbia.edu/cyber-archive/mp3/story.id=176497>
- The pirate bay*. (diciembre de 2016). Obtenido de thepiratebay.vg
- Villaseñor, P. M. (s.f.). La desgracia del cine Mexicano. (pág. 5). México: Universidad de Guadalajara.