

# **Industrias Creativas basadas en redes distribuidas web 2.0**



Trànsit Projectes



**BID**

Banco Interamericano de Desarrollo



## **Esta presentación busca:**

Presentar de forma detallada las implicaciones sociales, culturales y económicas de introducir las redes sociales distribuidas en el contexto de las industrias creativas.

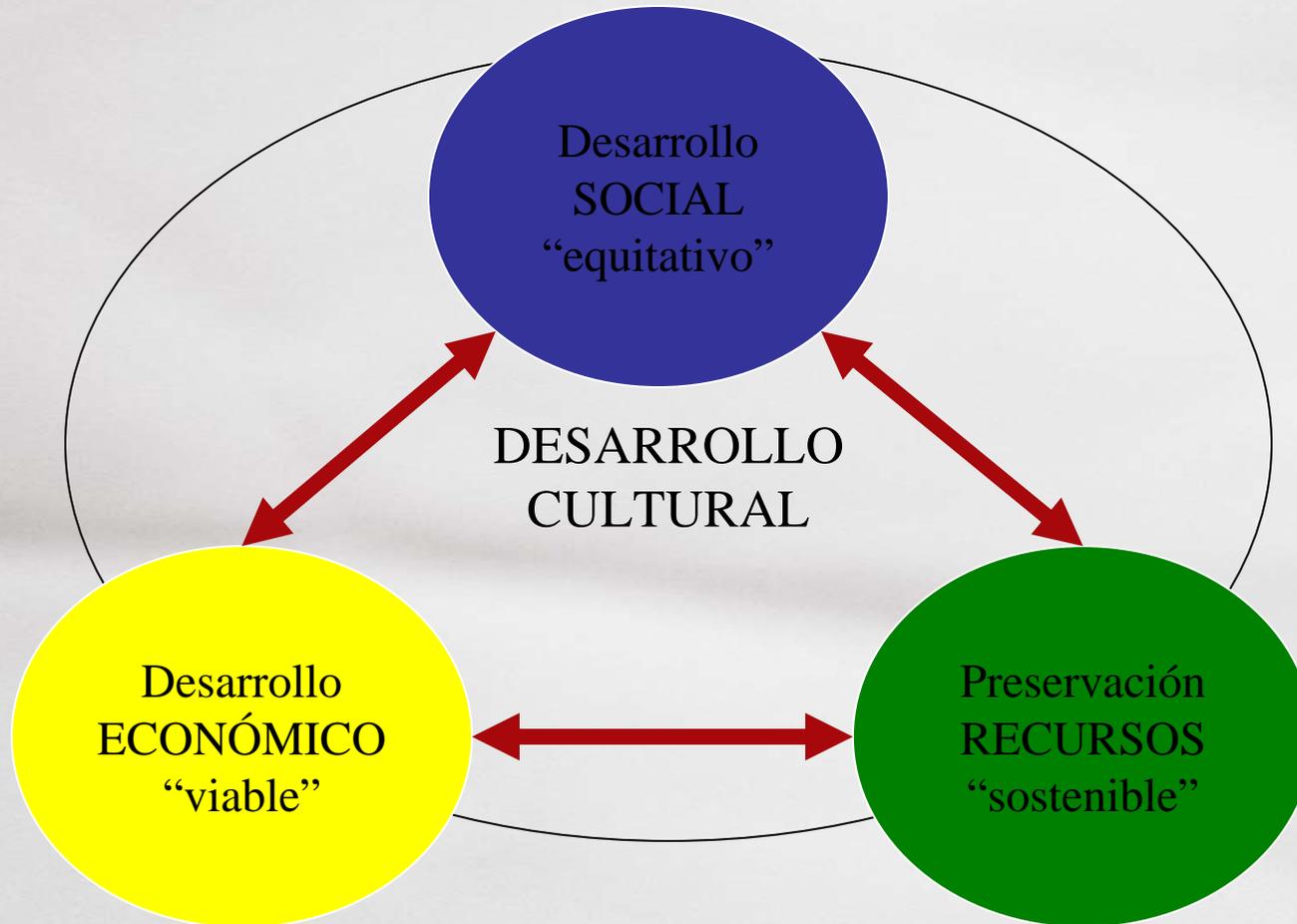
# Índice

1. Industrias creativas como sector productivo con potencial de desarrollo económico e inclusión social
2. Industrias creativas y web 2.0. Principios generales
3. **Componente I.** Criterios de selección de buenas prácticas sobre industrias culturales y redes sociales distribuidas
4. **Componente II.** Selección de países
5. **Componente III.** Piloto en Valparaíso - Chile
6. **Componente III.** Piloto en Río de Janeiro - Brasil



**1. Industrias culturales** como sector productivo con potencial de desarrollo económico e inclusión social

EL DESARROLLO CULTURAL ES PARTE INDISOCIABLE DEL DESARROLLO HUMANO Y DEBE PERSEGUIR LA SOSTENIBILIDAD, LA VIABILIDAD Y LA EQUIDAD



**Amartya Sen define el desarrollo humano como "la expansión de las capacidades de las personas para llevar a cabo el tipo de vida que valoran"**

## Cultura y desarrollo económico

La producción cultural, tradicionalmente marginal, se ha convertido en uno de los ejes de las nuevas estrategias de desarrollo, en tanto que:

La **nueva economía** encuentra en la **creatividad** y el legado cultural una oportunidad de diferenciación y creación de valor fácilmente transmisible en las nuevas redes

La **sociedad del ocio y del entretenimiento** consume cada vez más productos **culturales** (sobre todo grandes éxitos) a través de las múltiples ventanas de difusión interconectadas entre sí: televisión, móviles, Internet, publicidad, exposición pública, difusión en vivo ...

La **globalización**, que se caracteriza por el enorme incremento de los flujos humanos, económicos y comerciales, y por la transformación de la relación local-global, favorece el desarrollo de la producción e intercambio comercial e incentiva la necesidad de fortalecer las identidades de cada comunidad

## Cultura y desarrollo económico

La digitalización y la convergencia tecnológica tienen una elevada incidencia en el desarrollo de las industrias culturales, al

Favorecer una reducción importante del coste variable de reproducción (**coste marginal tiende a 0**)

Ser más fácil la consecución de una posición competitiva en un mercado emergente que en uno consolidado

Favorecer la capacidad de los usuarios de ser receptores y creadores al mismo tiempo

Permitir una implosión de productos culturales que sin ellas no existiría (**heterogeneidad de productos**)

## Cultura y desarrollo económico

La digitalización y la convergencia tecnológica tienen una elevada incidencia en el desarrollo de las industrias culturales, al

Facilitar que un mismo producto pueda ser **comercializado de muchas maneras** y ser ofrecido a una multiplicidad de públicos, al ser fácilmente transferible de un soporte a otro

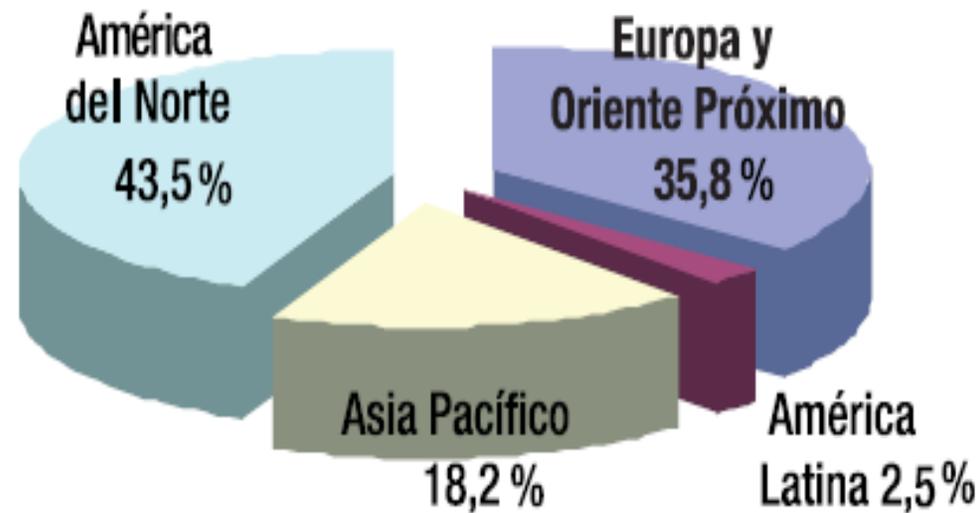
Permitir a los **usuarios establecer sus propias lógicas** de flujo de intercambio cultural

**Democratizar** el acceso a la creación/producción y a la difusión sin intermediación

**Reducir las barreras de entrada** tecnológicas. Los gastos de intermediación ligados a la distribución de productos pueden reducirse al igual que la recepción y el consumo de los productos culturales

## Importancia del sector cultural en el mundo

### MERCADO GLOBAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES POR REGION (2003)



Fuente: PriceWaterhouseCooper. Global Entertainment and Media Outlook 2004-2008.

## Impacto económico de la cultura en América Latina y Caribe

Número de empresas y personal ocupado en el sector cultural en Brasil, 2003-2005

	2003		2004		2005	
	valor	% total	valor	% total	valor	% total
Número empresas	269.074	5,2%	291.321	5,4%	321.395	5,7%
Personal ocupado	1.431.449	4,0%	1.512.528	4,0%	1.635.294	4,1%
Salarios y otras remuneraciones (miles R\$)	17.821.912	5,2%	20.595.714	5,3%	23.598.965	5,3%

*Fuente: IBGE, Directoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 2003-2005.*

## Oportunidades de desarrollo de las industrias culturales de América Latina y Caribe

- Creación de un amplio **espacio regional** (países LAC / Mercosur) que facilite la producción y la comercialización a escala de los productos culturales
- **Apertura al exterior** con productos culturales característicos (que directamente poseen un valor intangible) que no supongan una fuerte dependencia tecnológica del exterior
- Aparición de **nuevos modelos económicos** (economía long tail, con predominio de los soportes digitales), en los que lo importante ya no es una alta demanda (superéxitos que garanticen una masa crítica de clientes), sino una larga cola de consumidores de productos minoritarios
- Existencia de un **amplio mercado en lengua española** que permite una buena dimensión de escala
- Posicionamiento de las **industrias culturales locales** gracias al crecimiento de la demanda y de los mercados de contenido cultural
- Desarrollo de un mercado de **micro empresas y pequeñas empresas autosuficientes**, capaces de aflorar a la economía formal actividades hasta ahora restringidas a la economía sumergida



## **2. Industrias creativas y web 2.0.**

### **Principios generales**

## ¿Qué es una industria creativa?

"Aquellas industrias que tienen su origen en la creatividad, talento y habilidades individuales que tienen un potencial para la creación de empleo y riqueza a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual."

(Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido)

# Principales especializaciones de las industrias creativas

(fuente: (Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido)

- Publicidad
- Arquitectura
- Antigüedades (incluyendo restauración)
- Artesanía
- Diseño gráfico y de interiores
- Diseño de moda
- Cine, video y fotografía
- Software, juegos por ordenador y edición electrónica
- Música, artes visuales y escénicas
- Edición
- Televisión y radio

## Posibilidades que ofrecen las TIC a las industrias creativas:

- a) Desarrollar conjuntamente proyectos culturales y artísticos, de autoría compartida (Creación colectiva).
- b) Compartir recursos culturales y artísticos creados por los propios usuarios .
- c) Facilitar la customización detallada de productos a partir de los intereses y deseos de los usuarios (personalización en masa).
- d) Permitir la distribución de productos culturales sin necesidad de soporte físico.
- e) Creación y mantenimiento de comunidades virtuales, en los que una serie de usuarios interactúan en relación a una serie de temas específicos.

# Redes sociales distribuidas y web 2.0



## ¿Qué es una red social distribuida?

Una red social que **no esta centralizada físicamente** en un sitio concreto, sino **distribuida a nivel geográfico**. Apartir de la **Sociedad en Internet**, **apoyada normalmente por una red informática** que da soporte.

## **Implicaciones web 2.0 para industrias creativas:**

- El usuario como co-creador de contenidos.
- Facilidad de segmentación de la oferta.
- Reducción en los costes de comunicación.
- Márqueting viral.
- Digitalización de contenidos culturales.

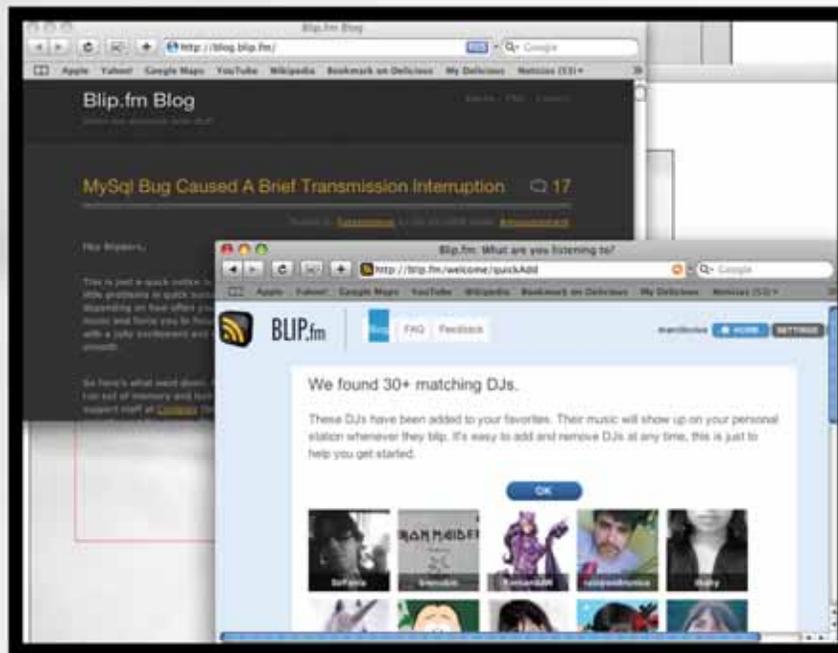
## ¿Qué es la web 2.0?

Es la **aplicación de los principios de la red social distribuida al contexto web**. Así, la web 2.0 pasa por re-interpretar **la web, no como un mecanismo de comunicación de pocos a muchos**, que es un proceso de mera transposición del modelo editorial al mundo digital, **sino como una forma** de establecer mecanismos **de comunicación y construcción colectiva**.

# Aplicaciones multiplataforma en industrias culturales

-blip.fm

<http://blip.fm/all>



Esta aplicación permite al usuario seleccionar música como si fuera un DJ directamente desde la página web, funcionando en todos los navegadores.

# Construcción colectiva de los datos en industrias culturales

## - Tagzania

Regístrate | Entra

**TAGZANIA**  
CREA Y COMPARTE TUS MAPAS

Crea tu mapa

Busca un lugar:

BUSCAR

O probar con alguno de estos lugares  
París, Las Vegas, Istanbul, Venecia... y más.

Una tribu de 30.000 tagzanos está etiquetando el mundo.

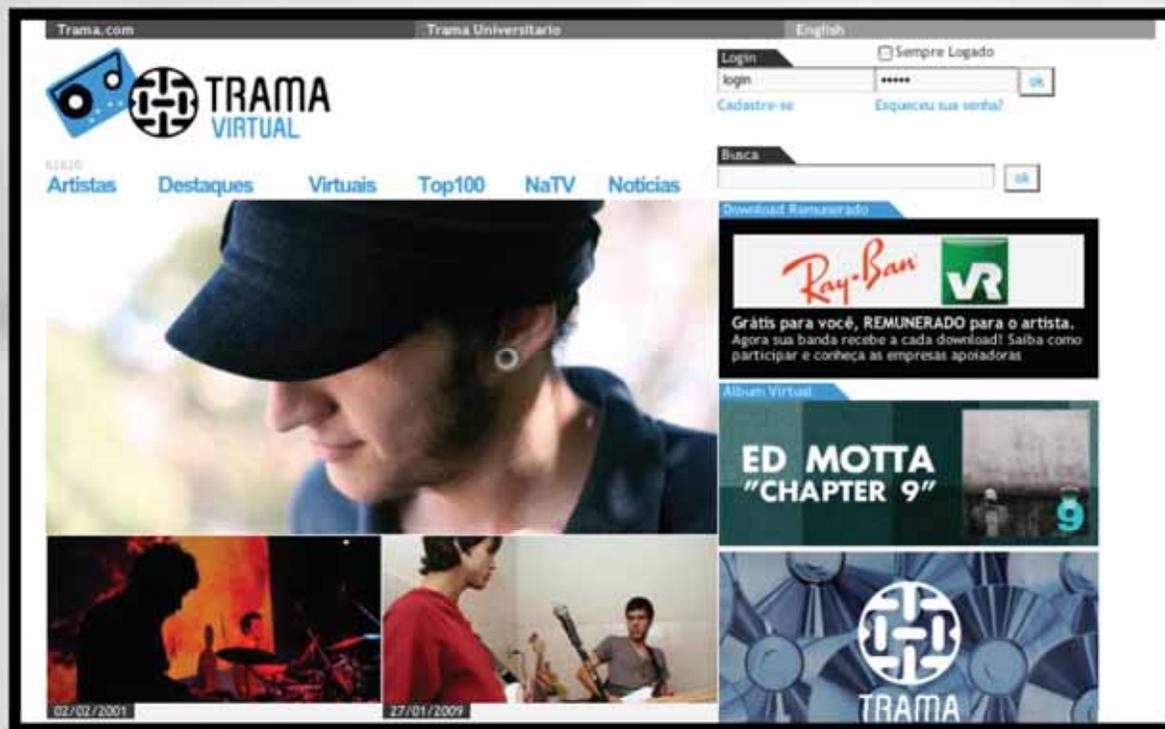
Twige dice:  
Ahora puedes agregar videos de YouTube.

Escoge tu idioma  
Español

-Etiquetar los lugares en los que hemos estado, compartirlo con otros usuarios.  
**De uso en turismo 2.0**

# Identificación y localización de items en industrias culturales

-Trama virtual.



Discográfica virtual que ofrece una buena muestra de la música independiente de Brasil convenientemente indexada.

# Inteligencia colectiva en el contexto de las industrias culturales

-Shelfari.

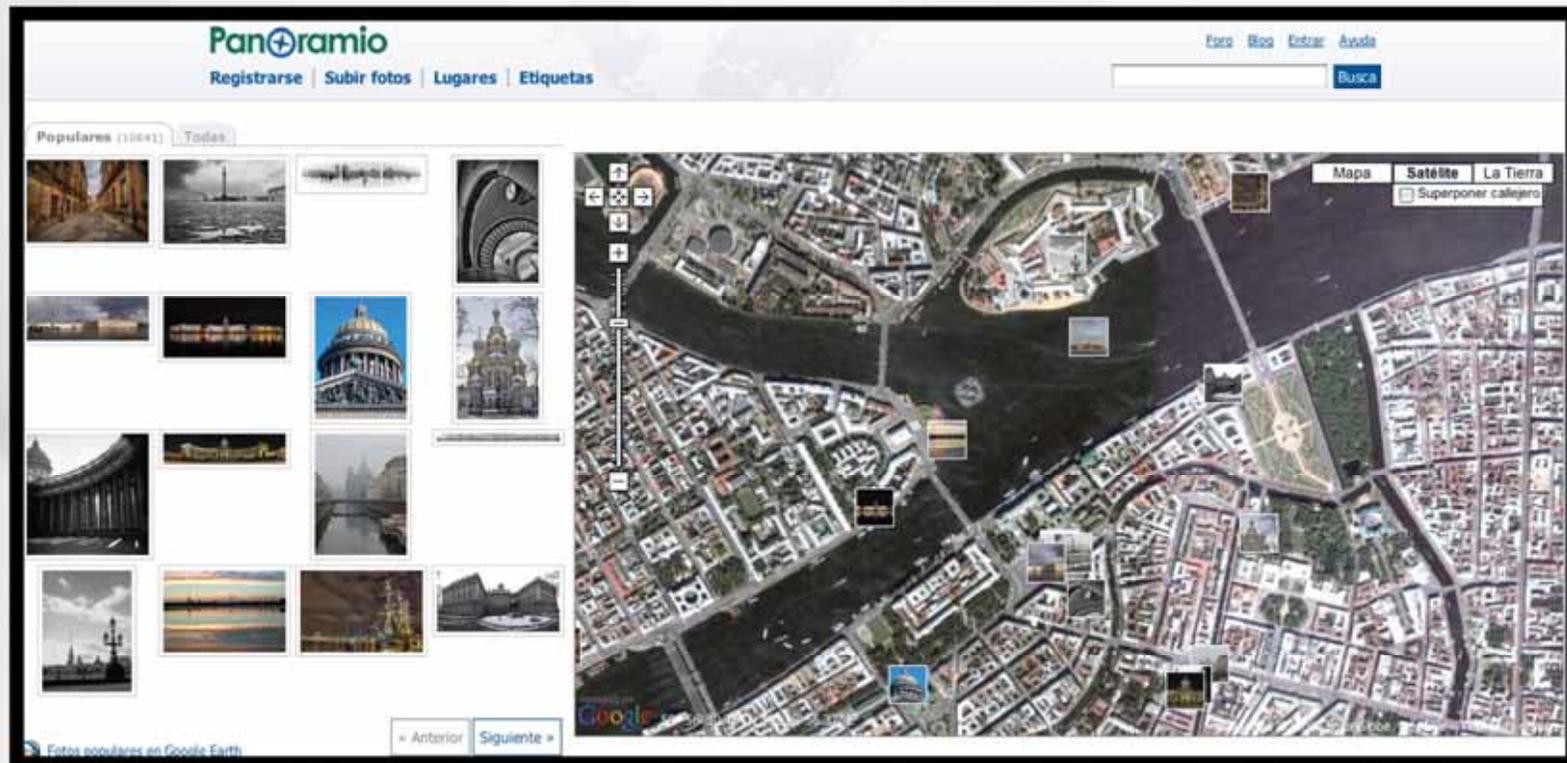


Aplicación que permite reseñar libros, recomendarlos a amigos y que éstos nos recomienden otros, etc.

# Data Remix

## en el contexto de las industrias culturales

### -Panoramio.



Permite incluir fotografías en Google Maps y Google Earth en la localización precisa en que fueron tomadas. Muy útil para proyectos turísticos 2.0.

## **Prosumer:**

La figura intermedia entre el productor y el consumidor.

Ejemplo: el usuario de Flickr que no se limita a consumir las fotos que están allí accesibles sino que también ofrece las suyas propias para el uso común.

**Ejemplo: flickr**

**flickr**



**Principales tipologías  
de aplicaciones web 2.0  
para la industria cultural**



# Repositorio online de material protegido por derechos de autor.

Ejemplo: iTunes



# Bases de datos colectivas basadas en folksonomy.

Ejemplo Internet Movie Database

www.imdb.com

The screenshot shows the IMDb website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'NEW RAMPING', 'MOVIE TV NEWS', 'MP MOVIES', 'NEW IN DVD', 'IMDb TV', 'MESSAGE BOARDS', and 'SHOWTIMES & TICKETS'. Below this is a search bar with the text 'search All' and a search button. The main content area is divided into several sections:

- The Internet Movie Database**: A header section with a welcome message and a link to 'Today's IMDb Poll' sponsored by Verizon Wireless.
- IMDb Snapshot: New Photos and More**: A section featuring a photo of a woman and a list of new photos and news items.
- Emmy Nominations**: A section with a 'Road to the Emmys' graphic and text about the 2008 Emmy nominations.
- Truly Trivia**: A section with a 'Daily Trivia' graphic and a trivia question about a woman discovered by Paul Newman and James Wake.

On the left side, there are several vertical lists of content, including 'New in the Box Office', 'Showing This Week', 'Comedy Search', 'New DVDs This Week', and 'New on DVD/Blu-ray'.

# Comunidades virtuales.

## Ejemplo Menéame

The screenshot shows the Menéame website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and several menu items: "Inicio", "Ayuda", "Acerca de", "Contacto", "Sitemap", and "RSS". Below this, there are four featured links: "GRUPO GEDE" (Prevenção y gestión de riesgos seguridad, Inteligencia económica), "AVT. Vestuario y material para Pto. CIVIL, ADP, Socioa. Lur gómica, Mar. Sanc. Emerg.", "Viajes y Viajarbarbado" (Peru, Ecuador, Bolivia, Chile son viajes), and "An".

The main content area has a navigation bar with "portada", "popular", and "nuevas peticiones". Below this is a search bar and a list of categories: "todas", "tecnología", "cultura", "actualidad", "ocio", and "D".

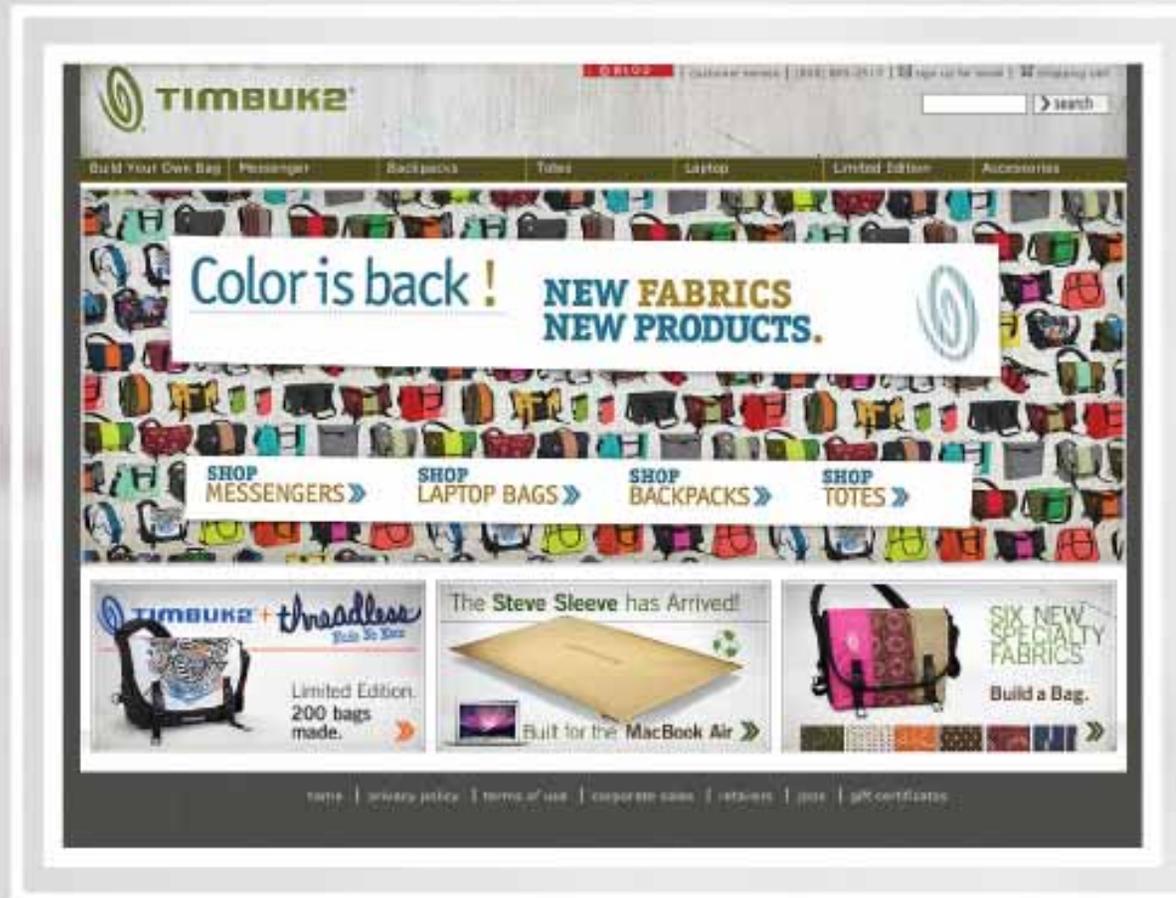
The news feed contains several articles:

- 177** **Aviso automático: noticia empresa o corporación, por leer los comentarios.**  
**Rótulos solo en castellano. España se hunde! [Humor]**  
www.libertaddigital.com/buquesenelcastellano/rótulos/solo...  
por elisel hace 14 horas 15 minutos, publicado hace 2 minutos  
Galería de fotos de Libertad Digital con la que echarse unas risas (me parece que ellos lo dicen en serio).  
1 comentario | en ocio, humor | karma: 228
- 159** **Aviso automático: noticia empresa o corporación, por leer los comentarios.**  
**Gastó 30 euros en SMS y ganó... ¡un ático!**  
www.quepasasehoy.com/gasto-30-euros-en-sms-y-gano-...  
por Zamoratrigo hace 2 horas 27 minutos, publicado hace 27 minutos  
La ganadora del ático amueblado de Coca Cola Light es una joven madrileña que envió 174 mensajes en menos de tres meses. Tiene 30m<sup>2</sup> una piscina climatizada interior y otra exterior. También dispone de pista de pádel y de área de juegos infantil. Además, se le entregan totalmente amueblado y decorado con accesorios de diseño. Desde luego, hay quien nace con suerte...  
51 comentarios | en ocio, sucesos | karma: 754
- 117** **La mierda que me compré**  
www.reflexiones.com/2009/07/16/la-mierda-que-me-compre/...  
por SPeero hace 1 hora, publicado hace 27 minutos  
[OyP] En realidad está todo supeditado a fomentar el consumo a lo idiota, cuando llegó un momento en el que los consumidores dejaron de comprar móviles solo porque traían otra chorrada nueva, de pronto los móviles empezaron a estar inservibles en unos 2 años [...] Pero al mismo tiempo que el gobierno recomienda el consumo sostenible, que ahorres y que no despiques, permite a todos estos maldadidos que hagan productos de mierda que cuesten un montón de recursos y que no duran nada.  
18 comentarios | en tecnología, medioambiente | karma: 780
- 153** **Rock in Rio: "Por un mundo mejor", ¡y más iluminado!**  
www.almundo.com/mundo/2009/07/16/rock-in-rio-2-...  
por 100raeggs hace 1 hora 10 minutos, publicado hace 50 minutos  
Luces del recinto de Rock in Rio siguen encendidas toda la noche, 2 semanas después de su celebración. Su iluminación es como la de un campo de fútbol.  
17 comentarios | en tecnología, medioambiente | karma: 743

# Customizacion online.

Ejemplo:

[www.timbuk2.com](http://www.timbuk2.com)



# Márqueting viral para potenciar eventos.

Ejemplo: tiempo BDO

<http://www.tiempobbdo.com/>

The screenshot shows a website layout for 'TIEMPO BDO'. At the top, there is a navigation menu with links: 'Tiempo BDO / Home / Clientes / Nosotros / Recomendaciones / Prensa / Lo último / Contacto / Trabajo / Quiénes somos'. The main heading is 'THE WORK, THE WORK, THE WORK' in white and red text. Below it, a red paragraph states: 'Nuestra única misión es la creación de contenidos comunicacionales coherentes y relevantes para el consumidor independientemente de su formato o emplazamiento.' To the right of the heading, the logo 'TIEMPO BDO' is displayed vertically. Below the heading, there is a list of 'SOPORTES DIFERENCIADOS' including TELEVISION, RADIO, EXTERIOR, INTERIOR, MARKETING DIRECTO, MARKETING PROFESIONAL, and MEDIOS. A red horizontal bar contains the text 'CAMPAÑA PUBLICITARIA'. On the left side, the word 'WORK' is written vertically in large white letters. To the right of 'WORK', there is a list of campaigns: 'CLIQUE OAC NATURAL', 'OCTAVA MARAVILLA MIRCCLA', 'ECLIPSE EN EL TIEMPO FUNDACIÓN CADA MAMERA', 'CAMPAÑA BITE FRUTO LAV', 'CAMPAÑA "VEN A CONOCER EL EQUIPO" - LIGERAS WEEB', 'CAMPAÑA "ANO A LAURA" MITO BEEBIA', 'CAMPAÑA NECHAZZO EL GRAN TEATRO DEL LISBU', 'CAMPAÑA YINAI - DORADOS FRUTO LAV', 'CAMPAÑA "ECLIPSE" WESLEY', and 'CADA DÍA KINBO FRESCO BIRBO'.

# Espacios de creación colectiva.

Ejemplo: [www.communimage.ch](http://www.communimage.ch)



communimage is a collaborative art project since 1996.

Thousands of people have since then contributed to a growing sea of images. communimage is an attempt to entertain a visual global dialogue.

Statistics: 13.07.2008, 14:39  
Number of images: 29137  
Number of contributors: 2221  
Number of image qualities: 51

Printing size: 1021302x714 (1020px x 714px)

The visual interface of communimage is a grid system that defines exactly the position of each image (125x128 pixels) that has been uploaded.  
Each image (or "pixel") carries a certain amount of meta-information (added by the creator of the image). This meta-information will be used to visualize trends of communimage.

**How to navigate communimage**  
By clicking on the map the exact position of communimage will be loaded.



With the image mouse you can navigate in all directions.

A grayscale photograph of a person in a suit and tie holding a rectangular sign. The sign has the words 'FOR SALE' in large, bold, white letters on a dark background, with 'BY OWNER' in smaller white letters below it. The person's hands are visible, holding the sign from the sides. The background is a plain, light-colored wall.

**FOR SALE**  
**BY OWNER**

**Modelos económicos  
para industrias culturales  
basadas en redes sociales distribuidas.**

# Pago directo por el usuario,

Compra/venta de objetos culturales  
ejemplo: Itunes



# Contexto latinoamericano

HappyFi (Net-label)



Oferta de música para descargar.

# Permiso de acceso a la plataforma.

## Ejemplo: Ebay

The screenshot displays the eBay homepage with the following elements:

- Header:** eBay logo, navigation links (Buy, Sell, My eBay, Community, Help), and user options (Welcome! Sign in or register, Live help | Site Map).
- Search Bar:** A search input field with "All Categories" dropdown, "Search" button, and "Advanced Search" link.
- Navigation:** "Categories" dropdown menu, "Motors", "Express", and "Stores" links, and an "eBay Security & Resolution Center" button.
- Advertisement:** A Dell advertisement for the Vostro 200 Mini Tower, featuring Intel branding and a price of \$449.
- Welcome Section:** "Welcome to eBay" banner with "Welcome" text, "Sign In" button, "New to eBay? Register" link, and "Registration is fast and free" text.
- Don't just shop. Win! today on eBay:** A section with the text "The greatest, original, and most exciting" and a grid of featured items:
  - 1978 Piper Super Cub (with image)
  - Meet Gillian Anderson at The X-Files premiere (with image)
  - Kyle Petty's Victory motorcycle (with image)
  - Apple iPhone 3G (with image)
  - The Police VIP package (with image)
- Ending Now!:** A section with the text "Just for you!" and "ENDING NOW!" featuring a grid of items:
  - Bluetooth Headsets (with image)
  - Rip-rap DVDs (with image)
  - Pods (with image)
  - Ed Hardy (with image)
  - Harmonica (with image)
  - Nike Golf Clubs (with image)
- StubbHub!:** A section with the text "Can't make all 81 home games? Sell 'em! Tickets" and "Free shipping - get an even better deal" (with image).

# Pago por terceros. Anuncios customizados. Ejemplo: adsense de Google.

The screenshot shows the Google AdSense website interface in Spanish. At the top left is the Google AdSense logo. To the right, there is a language dropdown menu set to 'Español' and a link for 'Ayuda'. The main heading reads 'Obtenga ingresos de los anuncios relevantes de su sitio web' (Get income from relevant ads on your website). Below this, a paragraph explains that AdSense makes ads match the site's content. A blue button labeled 'Regístrate ahora' (Sign up now) is prominent. To the right, there is a login section with the text 'Acceda a AdSense de Google con su Cuenta Google' (Access AdSense with your Google Account), followed by input fields for 'Correo electrónico' (Email) and 'Contraseña' (Password), and an 'Acceder' (Access) button. A link 'No puedo acceder a mi cuenta' (I can't access my account) is also present. On the left, a preview of a website is shown with a custom advertisement for 'Rosas, margaritas y todo tipo de flores' (Roses, daisies and all kinds of flowers) from 'www.floreseyjardin.es'. A green arrow points to the ad with the text 'Coloque anuncios en su sitio' (Place ads on your site). Below the preview is a section titled 'Información acerca de AdSense' (Information about AdSense) with a sidebar menu containing 'Productos' (Products), 'Personalización de AdSense' (AdSense Personalization), '¿De dónde provienen los anuncios?' (Where do ads come from?), and 'Mostrar sólo anuncios' (Show only ads). The main content area under 'Información acerca de AdSense' explains that AdSense automatically tracks content and publishes relevant ads. At the bottom of this section, there are two example ads: one for a flight to Buenos Aires and another for activities for disabled people, both featuring the AdSense logo.

# Contexto latinoamericano

## Trama Virtual

### DOWNLOAD REMUNERADO



#### O que é o Download Remunerado Trama?

Implementado em julho de 2007, o Download Remunerado Trama é uma mecânica ainda inédita no Brasil e no mundo. Trata-se de uma ferramenta dentro da TramaVirtual, maior plataforma de música independente do país, em que o artista passa a ganhar dinheiro toda vez que alguém baixa sua música - os downloads são patrocinados por empresas. A idéia é promover e incentivar o relacionamento da marca com esse público e reforçá-la como apoiadora de uma cena cultural que tem crescido muito nos últimos anos, tornando-se assim uma "empresa amiga da música independente". Entre as empresas que já apoiaram o Download Remunerado estão Kildare, Real, Sol, Mormaii e Coca-Cola. A idéia de disponibilizar músicas gratuitas para o usuário procura seguir a lógica da TV aberta: ninguém paga para assistir novela ou assistir ao telejornal, por exemplo. A mecânica é a de que uma marca interessada em divulgar seu produto atinja por meio da TramaVirtual um relacionamento com um grupo de pessoas que se identificam, têm comportamento e interesses comuns e, através da música, formam comunidades.

#### Como funciona para o usuário?

Basta fazer um cadastro simples no site e o usuário pode baixar quantas músicas quiser, gratuitamente. Além disso, ainda tem acesso a várias outras ferramentas, como criar uma página de perfil, com galeria de fotos e blog. Tem também a possibilidade de declarar-se fã de determinado(s) artista(s) e listar os favoritos em sua home. Através destas ferramentas, ele pode também criar redes de relacionamento com outros usuários e bandas, além de comunicar-se com eles através de scrapboards (pequenas notas ou recados na página).

**Como funciona para o artista?** Para receber créditos pelo Download Remunerado Trama basta também fazer um cadastro no site, como usuário e como banda. Aqui o artista pode criar uma página exclusiva, onde pode colocar todo o seu material de divulgação (foto, releases, blog) e quantas músicas quiser, seja em streaming ou para download. A única restrição se dirige a versões de outros artistas, assim como citações e samples.

[Saiba mais](#)

CLIPPING IMPRENSA

NÚMEROS TRAMA VIRTUAL

Descargar música gratuitamente que durante unos días contiene un elemento extra de publicidad.

# Financiación directa, pública y/o privada

Ejemplo:

OVERMUNDO

www.overmundo.com.br

The screenshot displays the Overmundo website interface. At the top, there is a navigation bar with the site name 'OVERMUNDO' and a login prompt 'faça seu login novo usuário? registre-se'. To the right, there are logos for 'PETROBRAS' and 'S'. Below the navigation bar, there is a search bar with the text 'overmundo.com.br/tag/' and a 'buscar' button. The main content area features a post titled 'Recorte de um retrato' by 'rosa melo, Pio IX (PI)' with a timestamp of '04/2/2009 06:15' and '221 votos - 29' comments. The post includes a photograph of a church at night, illuminated by warm lights against a dark sky. To the left of the photo, there is a '119 overpostos' badge and a 'GOSTEI' button. On the right side, there is a 'meu painel' section with links for 'publicar colaboração', 'filas de edição', and 'filas de votação'. Below this, there is a 'colaborações por estado' section with a dropdown menu labeled 'Selecione...'. Further down, there is a 'tags randômicas' section with a list of tags including 'bregao', 'cubo', 'heavy-metal', 'conto', 'roots', 'meio-ambiente', 'poesia-bennyana', and 'sao-joao'. A 'nuvem de tags' link is also present. At the bottom right, there is an 'observatório' section.

# Servicios por consultoría.

Ejemplo: programadores de software libre

The screenshot shows the Kaltura website homepage. At the top left is the Kaltura logo with the tagline "enabling expertise". A navigation menu includes "Solutions", "Technology", "Partners & Customers", "Documents", "About Us", and "User Zone". A "Download Center" button is highlighted in yellow. The main content area features a green background with the heading "Collaborative Video Making is Here". Below this, there are two short paragraphs: "Make your online video offering interactive, collaborative, and ENGAGING!" and "Allow your viewers to search, upload, comment, embed, annotate, and share clips." To the right of this text is an image of a glowing cube with video thumbnails. Further right, the text reads "Easily add full video capabilities to your site at little or no cost" and "Kaltura offers a wide range of unique video solutions:". Below this are two bullet points: "1. **Self-Serve Packages** - free downloadable video extensions & apps for personal sites, wikis, blogs and leading web platforms" and "2. **Business Solutions** - advanced, affordable, hosted video platform, tailored for your specific needs". A "Go to Solutions" button is located at the bottom of this section. Below the main content area, there are three smaller sections: "Calling VideoEgg Customers" with a "videoegg" logo, "Kaltura & Wikimedia Partner" with a brief description of their partnership, and "Worst Dance Moves EVER" featuring a white silhouette of a dancer against a background of red stars and confetti. To the right of this section are four small video thumbnails, one of which has an "NIN" logo. At the bottom right of this section is the text "Create and add an interactive".

# Contexto latinoamericano

## Cooperativa Tecnológica Madre V

### Mesa de Acción Digital Región de Valparaíso

Anuncios Google Empresa Tc City Reunio Tc Misiona Tc Web 2.0

#### Cooperativismo Tecnológico: redes sociales distribuidas

Enviado por BITCentenario el 09/09/2007 a las 07:56 PM



En la quinta region estamos creando una Cooperativa bastante interesante, que se basa en las redes distribuidas y busca en donde como nosotros gente con ganas e ideas podemos generar nuevos modelos, nuevas formas de hacer las cosas, ya no esperando depender de algo o alguien, sino que creando conciencia que la base de todo el modelo se basa en la forma de organización de las personas, pymes y el mercado, para así crear riqueza inteligente para nuestro país y nuestras personas.

#### Usuarios registrados

Correo electrónico

Contraseña

Recordarme en este computador.

Oops! Olvidaste tu contraseña?

#### Link de Interes

A digitalizar la Quinta Región

Prioridades digitales

Bloque Start-Up

Culturadigital

Publicaciones por mes

#### MADREV



#### Herramientas

#### Google Grupos

Suscríbete a Mesa de Acción Digital de la Región de Valparaíso

Prestar servicios de asesoría tecnológica a las empresas asociadas, así como servir de vivero de empresas.

# Generación **indirecta** de actividad económica.

Economía de la atención.  
[www.flickr.com](http://www.flickr.com)

**flickr**

Crear tu cuenta

Comparte fotos.  
Conoce el mundo.

BUSCAR

Por experiencia

2.435 lugares durante el último mes · \$2.789 cosas con la etiqueta · 3.1 millones de cosas · Hacer el tour

Comparte y permanece en contacto

Carga y organiza

Imprime

Explora...

Hacer el tour

Banco de tiempo.  
[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

WIKIPEDIA

English  
The Free Encyclopedia  
2 481 000+ articles

Deutsch  
Die freie Enzyklopädie  
776 000+ Artikel

Français  
L'encyclopédie libre  
684 000+ articles

Polski  
Wolna encyklopedia  
520 000+ hasel

Italiano  
L'enciclopedia libera  
474 000+ voci

Nederlands  
De vrije encyclopedie  
461 000+ artikelen

Español  
La enciclopedia libre  
380 000+ artículos

search - suche - rechercher - szukaj - 検索 - ricerca - zoeken - busca - buscar - поиск  
søk - 搜索 - sok - haku - nouyx - cerca - suk - clutare - ara - hledání - serbi - keresés

English

**Meritocracia.**  
**www.barrapunto.com**



**Obra derivada.**  
**www.worldchanging.com**



### **3. Componente I.**

**Criterios de selección de buenas prácticas sobre industrias creativas y redes sociales distribuidas**



**Cuestiones  
a tener en cuenta**

**Checklist de territorialidad y sectorialidad**

## Cuestiones tecnológicas

¿Hay un grado suficiente de penetración de Internet en el país como para asegurar una masa crítica de usuarios?

¿El tipo de interficie y sistemas de interacción digital a usar son fáciles de utilizar para el usuario target?; Si se utiliza un sistema de pago online

¿La tecnología usada para hacer los pagos es fiable?

¿Los servidores y otra infraestructura asociada al proyecto son suficientes para atender la demanda que esperamos generar?

## **Cuestiones de contexto cultural**

¿Existe una red previa de creadores y difusores de eventos y productos culturales sobre los que construir nuestra red social distribuida?,

¿Es factible organizar alguna campaña de difusión online para darla a conocer?,

El producto o evento cultural que queremos potenciar ¿Es singular o al menos lo suficientemente específico como para no tener que competir con muchas iniciativas online similares?

¿La manifestación cultural que vamos a potenciar es conocida de forma suficiente en el extranjero? (Contextos turísticos)

¿Qué aspectos se podrían mejorar para convertir nuestra propuesta en algo realmente singular?

## Cuestiones legales

El proceso de liberación y/o reutilización de contenidos ¿está armonizado con las leyes del país en el que se desarrolla la propuesta?

Si se ofrece material protegido con copyright ¿Las medidas de protección de la propiedad intelectual del material ofrecido son suficientes?

Si hay bases de datos de usuarios con información personal ¿Se ha comprobado que estas listas no violen las leyes de protección de la privacidad en el país donde se desarrolla el proyecto?

Cuando se mezcla contenidos con diversos tipos de licencia (por ejemplo material protegido por copyright y material bajo licencia Creative Commons) ¿Está claro en todo momento a qué tipo de licencia pertenece cada ítem?

## **Cuestiones asociadas a contenidos**

¿Qué contenidos libres existentes en otras redes sociales distribuidas pueden ser aprovechadas para el proyecto?

Los contenidos ofrecidos ¿Están adaptados a los intereses, conocimientos técnicos e infraestructura disponible del usuario target?

¿Los contenidos generan beneficios económicos de forma directa o indirecta, produciendo así algún tipo de economía de la atención?

## **Cuestiones asociadas a la interacción con el usuario**

¿El sistema es realmente 2.0? Es decir, ¿Se potencia que el usuario ayude a construir los contenidos colectivamente?;

¿Qué nuevos mecanismos tecnológicos o de tipo más social es necesario incluir para asegurar que el usuario realmente participa en la construcción de la red social distribuida?;

¿Tienen todos los usuarios los mismos tipos de privilegios? ¿O existen diversos tipos de usuario, con privilegios diferenciados?;

¿Existen mecanismos precisos para establecer qué contribución concreta ha hecho cada usuario?,

¿Se motiva lo suficiente al usuario como para que le interese mantener un contacto más o menos estable con la red social distribuida?



## 4. Componente III.

**Industrias culturales  
y redes sociales distribuidas**

**Resumen de proyecto**

**Fondo multilateral de Inversiones**

**Valparaíso**

# **Fortalezas del territorio en relación a un posible piloto**

Implementación de un Plan Territorial Integrado (PTI) que busca potenciar las industrias creativas en la región

Existencia de diversos emprendimientos creativos, principalmente PYMES y MIPYMES

Diversidad de sectores implicados, desde los tradicionalmente más “industriales” a los más “artesanales”

## Debilidades de la industria cultural de Valparaíso a la hora de sacar partido de la web 2.0

- i)** poca coordinación/relación intersectorial
- ii)** poca visibilidad/difusión de las actividades/productos creativos locales;
- iii)** informalidad de los diferentes actores del sector, tanto en los asuntos fiscales como en los derivados de la gestión de la propiedad intelectual;
- iv)** carencia de visión empresarial para identificar nuevas posibilidades de negocio y de herramientas de gestión;
- v)** divergencia con sectores complementarios como el turismo;
- vi)** falta de articulación en todas las fases de la cadena productiva
- vii)** poca relación y acceso al sector público y las posibilidades de financiación.

# Objetivos del proyecto I

General: Contribuir al fomento empresarial y económico de las industrias creativas en la región de Valparaíso.

Específico: articular un nuevo modelo de relación sectorial en las industrias creativas de Valparaíso basado en las redes sociales distribuidas y el uso innovador de las herramientas colaborativas que ofrecen las nuevas tecnologías.

# Componente 1.

**Generación de capacidades de gestión capacidades colaborativas y de trabajo en red para MIPYMES creativas.**

**Objetivo: dotar de las herramientas teóricas vinculadas a la gestión de proyectos y las especificidades de los proyectos culturales y web 2.0 como el tema licencias y propiedad intelectual.**

## **Actividades:**

- (i) animación y organización de las redes locales de industrias creativas;
- (ii) capacitación presencial y online sobre nuevos modelos de negocio, herramientas básicas de gestión y uso de herramientas tecnológicas;
- (iii) asistencia técnica sobre gestión de derechos de autor y propiedad intelectual para industria musical y audiovisual;
- (iv) promoción de iniciativas de negocio que vinculen creatividad y Web 2.0 siguiendo el modelo Octantis
- (v) apoyo a creadores para la formalización de su actividad profesional según el marco legal existente.

# Componente 2.

## Apoyo a la instalación de una institucionalidad de soporte a las industrias creativas.

**Objetivo: favorecer la creación de una institucionalidad que reúna sector público, sector creativo y otros sectores complementarios como el turismo, para posicionarse a nivel nacional.**

### **Actividades:**

- (i) Instalación de la mesa de trabajo con representantes del sector de las industrias creativas, del sector turismo y del sector público
- (ii) organización de actividad de intercambio comercial- feria de negocios-;
- (iii) organización de seminarios y workshops
- (iv) Realización de estudios y publicación de documentos
- (v) dinamización de la institucionalidad

# Componente 3.

## Experimentación / implementación de herramientas web 2.0

**Objetivo:** crear la herramienta que dé soporte a las redes sociales del sector cultural y articule tanto a los profesionales del sector como a otros profesionales que se vinculen a las industrias creativas.

### Actividades:

- (i) prospección de necesidades específicas de actores del sector a ser implementadas en la plataforma.
- (ii) diseño informático general de la herramienta.
- (iii) prospección de posibles partenariados tecnológicos en el desarrollo de la herramienta.
- (iv) diseño y contratación de aplicaciones de terceros.

## Agencia ejecutora

Entidad ejecutora: **Codesser**, entidad sin fines de lucro,  
Fondos aportados por: **CORFO**,

agencia de desarrollo económico de Chile, con foco en el impulso a la innovación, el apoyo a la pyme y el desarrollo productivo de las regiones del país

**Industrias culturales  
y redes sociales distribuidas  
Resumen de proyecto  
Fondo multilateral de Inversiones**

**RÍO DE JANEIRO**

## **Fortalezas de la relación entre cultura y web 2.0 en Rio de Janeiro**

Brasil cuenta con una fuerte identidad cultural con una gran calidad y diversidad de oferta.

Río de Janeiro es foco importante en el mercado musical es notoria

El territorio cuenta con una potente infraestructura Web

Población familiarizada con el consumo de productos vía Internet y celular

Amplio consumo de la contenidos locales.

# Debilidades de la industria cultural brasileña a la hora de sacar partido de la web 2.0

- i)** falta de visión empresarial que provoca una desarticulación de la se del sector
- ii)** alto grado de informalidad en las actividades de creación y comercialización
- iii)** falta de conocimiento tecnológico y operativo relacionado con los nuevos modelos de producción y distribución de contenidos
- iv)** marco legal inadecuado a la industria de contenidos digitales y falta de conocimientos para la definición de nuevos modelos de comercialización y derechos de autor
- v)** ausencia de canales de distribución alternativos fuera de los canales habituales de comercialización que están concentrados en las actividades de las grandes productoras;
- vi)** escaso acceso a los espacios escénicos para la promoción de sus creaciones
- vii)** marco regulatorio no adecuado a las industrias creativas dificulta la formalización de creadores.

# Objetivos del proyecto

## **General:**

Contribuir al desarrollo empresarial y económico de las industrias creativas de la ciudad de Río de Janeiro.

## **Específico:**

articular una red colaborativa adaptada a los nuevos modelos de negocio de las industrias creativas, que dinamice la oferta y la demanda, partiendo desde el sector musical con acciones posteriores en el sector del micro audiovisual y los videojuegos.

# Componente 1.

## Desarrollo de empresas culturales y adaptación a nuevos modelos de negocio

**Objetivo:** articular una serie de servicios para el desarrollo de emprendimientos de industrias creativas aprovechando las oportunidades que brinda la distribución de contenidos digitales.

### **Actividades:**

- (i)** animación y organización de las redes locales de cultura (organización de redes locales de música, de audiovisual y de videojuegos)
- (ii)** capacitación presencial y online sobre nuevos modelos de negocio
- (iii)** asistencia técnica sobre gestión de derechos de autor y propiedad intelectual;
- (iv)** estudios y recomendaciones para modificaciones al marco regulatorio para promover la formalización;
- (v)** apoyo a creadores para la formalización de su actividad profesional según el marco legal existente.

# Componente 2.

## Creación y distribución de contenidos en red

**Objetivo:** favorecer la creación colaborativa y el establecimiento de nuevos modelos de negocio adaptados al contexto digital.

### **Actividades:**

- (i) Estudio de marco regulatorio y modelos de negocio y gestión de gestión de derechos de autor a incluir en la plataforma;
- (ii) plataforma de creación colaborativa para contenidos musicales;
- (iii) plataforma de distribución colaborativa de contenidos;
- (iv) ampliación de la plataforma a productos audiovisuales y videojuegos;
- (v) dinamización de la plataforma.

# Componente 3.

## Oportunidades comerciales a través de la democratización de espacios culturales

**Objetivo:** complementar el canal de distribución de contenidos digitales con un mayor acceso y presencia de productores locales en los espacios culturales del Estado

### **Actividades:**

- (i)** reactivación de los espacios infrautilizados para realizar presentaciones de los músicos;
- (ii)** animación de los circuitos culturales;
- (iii)** impulso de iniciativa de música itinerante de grupos brasileños;
- (iv)** ferias de negocio para acercar a pequeños productores al circuito comercial.

# Componente 4.

## Profundización del conocimiento del sector y difusión de resultados

### **Objetivos:**

ampliar el conocimiento que se dispone sobre el sector de industrias creativas y web 2.0

identificar, evaluar y divulgar los aprendizajes del proyecto para su replicabilidad en otros estados brasileños y en otros países de la región

evaluación y diseminación de resultados de cara a su replicabilidad.

### **Actividades:**

**(i)** estudio de caracterización de la demanda;

**(ii)** diseño del sistema de monitorización de uso por parte de productores y consumidores;

**(iii)** desarrollo sistema de comunicación para las industrias creativas del Estado;

**(iv)** difusión de los resultados del proyecto.

# Agencia Ejecutora

Agencia ejecutora: **Departamento de Economía Creativa del Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas de Río de Janeiro (SEBRAE RJ)** (organización privada sin fines lucrativos que promueve la competitividad y el desarrollo sustentable de empresas brasileñas).

Entidades colaboradoras: **Fundación Getulio Vargas**, una fundación de derecho privado, con sede en Río de Janeiro, no gubernamental y sin ánimo de lucro.



**Muchas gracias por su atención**