

**Declaració del FCFòrum:
Models Sostenibles per a la
Creativitat**



<http://fcforum.net>

Declaració del FCFòrum

[Per a més detalls, consulteu la [versió extesa](#)]

Ja no podem retardar més repensar les estructures econòmiques que fins a ara han estat produint i finançant la cultura. Molts dels vells models són anacrònics i perjudiquen a la societat civil. L'objectiu d'aquest document és promoure estratègies innovadores capaces de defensar i ampliar l'àmbit en el qual la creativitat humana i el coneixement poden prosperar lliurement i de forma sostenible.

Aquest document està dirigit a [els reformadors polítics, als i les ciutadanes i als i les activistes de la cultura lliure](#) per a proporcionar-los eines pràctiques amb les quals operar activament aquest canvi.

1. Qui genera la cultura?

La creativitat és una capacitat humana que requereix de l'accés a la cultura, al coneixement i a la informació existent per a poder ser desenvolupada. Tot el món, a diferents escales, pot contribuir a produir cultura, valors i riquesa. L'escala en la qual operen aquestes contribucions pot consistir en activitats molt bàsiques o molt complexes. Les necessitats i els recursos necessaris per a l'acte creatiu poden variar d'escala també. Volem promoure formes d'alliberar temps i recursos perquè aquest potencial distribuït pugui desenvolupar-se de manera sostenible.

2. Principis bàsics per a la creativitat sostenible

1. La reconversió de les indústries culturals no és solament necessari sinó també inevitable.
2. Mai s'ha creat ni ha circulat tanta cultura com en l'era digital. En aquest context, compartir ha demostrat ser essencial de difundir cultura.
3. Els beneficis que defensen els grups de pressió de les indústries culturals es basen en la producció artificial d'escassetat.
4. És necessari reconèixer les habilitats i les contribucions de tots els agents de l'àmbit cultural, no només les del productor.
5. El context digital beneficia tant els creadors i emprenedors com la societat civil. Els models desitjables fan que sigui més fàcil per als usuaris, per als consumidors i per als productors relacionar-se entre ells. El paper dels intermediaris ha de ser revisat segons el prisma d'una idea de la col·laboració.
6. Internet és una eina essencial per a establir el contacte entre els creadors i el públic. Aquesta és una de les raons per les quals és necessari garantir el lliure accés a Internet per a tothom.
7. Els governs que no promouen les noves formes de creació i difusió de la cultura estan generant pèrdues per a la societat i destruint la seva diversitat cultural.
8. Com ha posat de manifest el cas de Programari Lliure, la producció i distribució entre parells no és incompatible amb les estratègies de mercat i la distribució comercial.

3. Models econòmics per a la creativitat sostenible

La llista següent comença amb els models que són més similars als tradicionalment acceptats per les indústries culturals, fins a arribar a aquells que més s'acosten a la idea de compartir pròpia de la nostra època. Molts d'aquests models ja estan aplicant-se i estan en ple funcionament. Hem de fomentar les condicions per al seu desenvolupament i eliminar les barreres que en limiten el creixement.

1. Pagar pel que es rep

Alguns consells per a la reestructuració de les indústries culturals: el públic està disposat a pagar pels productes o béns culturals sempre que consideri que el preu és raonable i el pagament no restringeix la seva llibertat, ha de ser fàcil, accessible i assequible en comptes d'obligatori, estàtic i criminalitzat, feu-lo opcional i ofereix diferents opcions; pagueu salaris justs quan contracteu professionals.

2. Anuncis

Entre bombardejar els usuaris amb publicitat i l'absència total d'anuncis hi ha opcions intermèdies i ètiques: anuncis selectius (solament acceptar publicitat de projectes afins; donar als usuaris control sobre el consum d'anuncis; permetre'ls de sol·licitar anuncis relacionats amb l'article que estan llegint...).

3. Pagar per un valor afegit

Compartir còpies és útil per a la construcció d'una reputació, que es converteix en la base per a cobrar per serveis i altres coses que no es poden copiar, com ara actuacions en directe, treball especialitzat, complements cridaners, còpies físiques atractives...

4. Freemium

Freemium és un model de negoci consistent a oferir de forma gratuïta serveis bàsics o productes digitals descarregables mentre es cobra per les característiques avançades o especials.

5. Contribucions

Els usuaris contribueixen amb sumes de diners a mantenir un determinat projecte o una empresa. Com més involucrats i respectats se sentin, millor funcionarà aquest sistema.

6. Crowdfunding

Els ciutadans o les entitats inverteixen en una empresa cultural, convertint-se en accionistes. Aquesta contribució pot ser una inversió prèvia a la creació del treball o micro o macro crèdits o donacions a obres ja existents.

7. Estratègies basades en el procomú i en la creació de valor distribuït

Els proveïdors de plataformes comercials de cooperació han de compartir els ingressos amb els creadors que produeixen el material que fa valuosos els seus

serveis, mentre que els “comuners” poden compartir i explotar lliurement els béns comuns.

8. Sistema de finançament Col·lectiu

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

9. Renda bàsica

En connectar el tema de la cultura lliure a visions lligades amb transformacions socials a gran escala en economies capitalistes es pot plantejar de sostenir la societat com a cos productiu i una renda bàsica garantida seria una manera d'evitar la precarietat i de redistribuir la riquesa.

10. Finançament públic / polítiques públiques

Creiem que en el context d'una societat dels contribuents, la cultura ha de rebre una part de la inversió pública a causa del seu innegable valor social. El finançament social no ha de veure's com un substitut de les responsabilitats públiques en relació amb el finançament de la cultura, i la cultura lliure no ha de constituir una anomalia.

1. Les obres finançades amb fons públics han de ser alliberades després d'un temps raonable una vegada esgotada la seva vida comercial, per a facilitar-ne la circulació i fer que el públic que ja va pagar per elles pugui usar-les i reutilitzar-les.
2. Deduccions fiscals per a fomentar el microfinançament i l'alliberament de les obres amb llicències no restrictives.
3. El públic ha de tenir l'opció de contribuir a decidir com es realitza la inversió pública en cultura.
4. Han d'encoratjar-se els canals alternatius de distribució. Les polítiques culturals han de tenir com a objectiu fomentar la diversitat cultural i donar suport a plataformes de col·laboració.
5. Les xarxes de productors independents, distribuïdors i fabricadors han de ser enfortides i representades en la radiodifusió pública.
6. Necessitem estudis d'impacte per a noves polítiques en matèria cultural. Hem d'analitzar els efectes sobre els béns comuns culturals i cognitius abans d'implementar propostes de regulació.

Resultats

Procomú, domini públic i el negoci

Els nous models de negoci que entenen la producció col·lectiva com a context a nodrir i salvaguardar i no com a context a explotar prenen la cooperació com a règim natural del mercat. L'exemple pràctic més suggeridor deriva de les comunitats de programari lliure. L'«obra» es comparteix sota llicències no restrictives, i es permet a tercers utilitzar-la i modificar-la, sempre que l'obra derivada permeti les mateixes llibertats, amb la qual cosa es crea així un bé comú que és millorat constantment amb contribucions successives, i sense impedir l'explotació comercial dels coneixements i de les competències que deriven d'ells i de les pròpies obres.

L'usuari passa a ser generador de valor, formant part d'un cicle virtuós de producció i consum de què es beneficia. Mentrestant, en aquest nou context, és necessari defensar, promoure i aplicar les condicions que permeten la col·laboració en xarxa.

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

LLICÈNCIES

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

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

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

** Si vols escriure'ns: info@fcforum.net*

SIGNEN

Ordre alfabètic:

1. [Johanna Blakley/Norman Lear Centre](#)
2. [David Bollier/Commons Strategy Group](#)
3. [Bufet Almeida Abogados](#)
4. Florencio Cabello, Facultad de Comunicación, Universidad de Málaga
5. [Enrique Dans](#)
6. [EFF, Electronic Frontier Foundation](#)
7. [FMA, Foundation for Media Alternatives](#)
8. [Mayo Fuster Morell](#)
9. [Ricardo Galli](#)
10. [John Hendrik Weitzmann/CC Germany](#)
11. [Institute for New Culture Technologies/Konrad Becker](#)
12. [IGOP, Instituto de Gobierno y Políticas Públicas de l'Universitat Autònoma de Barcelona](#)
13. [Dmytri Kleiner](#)
14. [Eric Kluitenberg/De Balie](#)
15. [La-EX.net \(exEXGAE\)](#)
16. [La Quadrature du Net](#)
17. [Ignasi Labastida/CC Espanya i Catalunya](#)
18. [Lab for Culture](#)
19. [Simona Levi](#)
20. [David K. Levine](#)
21. [Jeremy Malcolm/Consumers International](#)
22. [Yann Moulier Boutang](#)
23. [Nagarjuna G.](#)
24. [Ningunterra.com/Mario Pena](#)
25. [Open Data Network](#)
26. [The Open Standards Alliance/Stefan Marsiske](#)
27. [Openwear.org](#)
28. [P2P Foundation](#)
29. [Platoniq](#)
30. [Red SOStenible](#)
31. Roberto Santos
32. [Scambio Etico](#)
33. [SerpicaNaro.org](#)
34. [Felix Stalder](#)
35. [Alan Toner](#)
36. [Transform! Italia](#)
37. [Telematics Freedom Foundation](#)
38. [Universidad Nómada](#)
39. [Viquipèdia](#)
40. [Hilary Wainwright/Red Pepper/Transnational Institute](#)
41. [Wikihow](#)
42. [WIO, World-Information Institute](#)
43. [YProduction](#)

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

* Consulta la [versió extensa](#) i la [bibliografia](#)