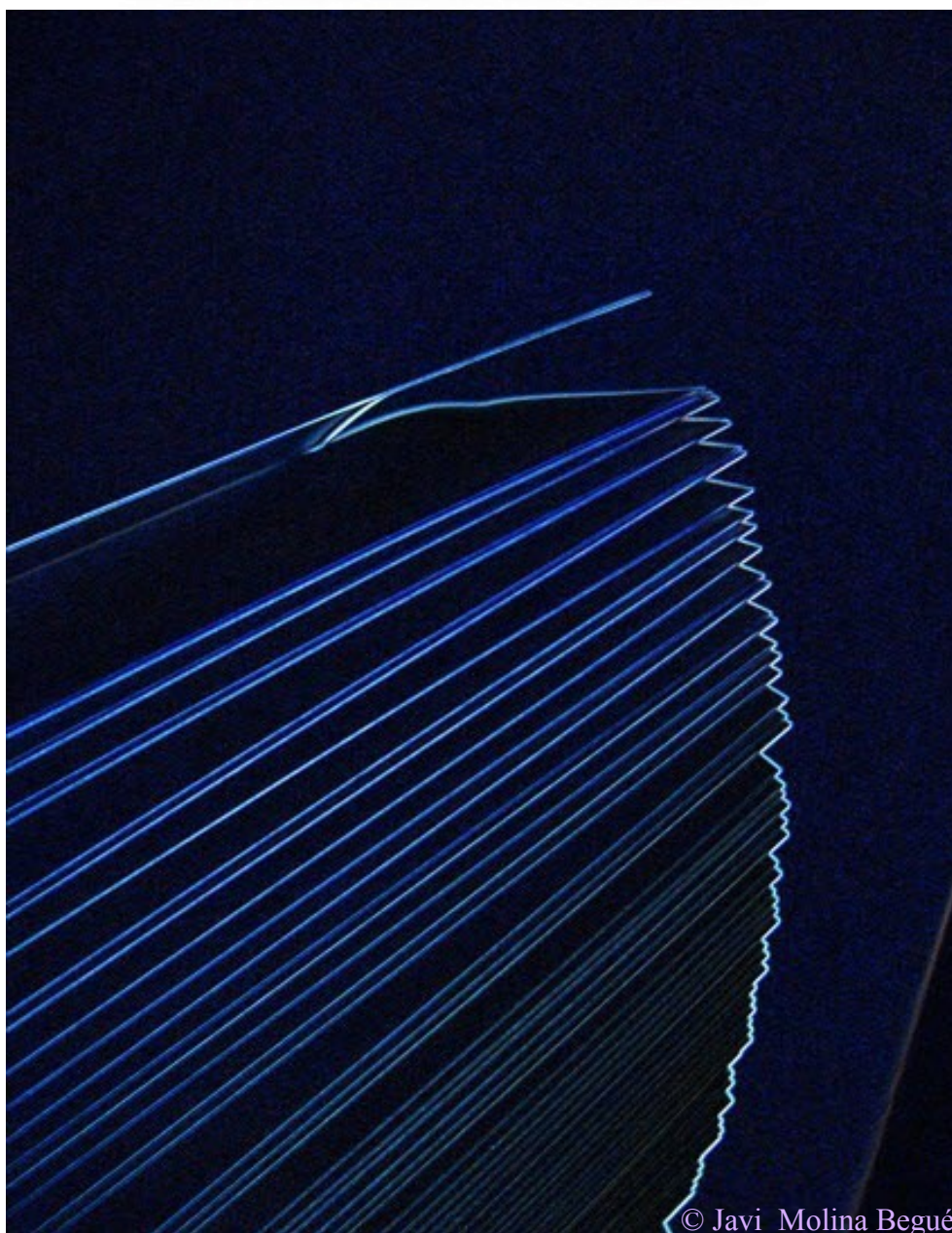


- 4** Apartado Intangibles.El Know How
- 11** La propuesta de directiva europea sobre obras huérfanas
- 17** Las Licencias de uso libre. Color Iuris®
- 21** MOLI`S ADVERTISING. Entrevista.
- 27** Patrimonio cultural. Internet y Web 2.0
- 33** Cultura+D+I. Cluster *Eiken*



Saludo de la Asociación	pag.3
Apartado Intangibles	
El Know How. La perfecta descripción de un método único por Josep Domènech.	pag.4-10
<i>Derechos de propiedad intelectual. Novedades.</i>	
La propuesta de directiva europea sobre obras huérfanas	pag.11-14
<i>Prácticas internacionales en torno a la propiedad intelectual</i>	
El Proyecto Arrow	pag.15-16
<i>Industrias Culturales y Propiedad Intelectual</i>	
Las Licencias de uso libre. Licencias Color Iuris.	pag.17-10
<i>Actividad Intangia</i>	
Apartado Asociados: Moli's Advertising	pag.21-26
<i>Patrimonio Cultural</i>	
Internet y la web 2.0. Características y ventajas de un nuevo escenario en la sociedad del conocimiento.	pag.27-30
<i>Apartado Rojo</i>	
Pregunta al contable	pag.31-32
<i>Cultura +D+i</i>	
El rincón de las ideas. Cluster Cluster Eiken	pag.33-37
Cierre edición nº 2. Contacto	

Ilustración de la portada: Título "Hojas de papel". © JAVIER MOLINA BEGUÉ.
Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación sin permiso de la autor.

Saludo a la Asociación

Estimad@s Soci@s

Os saludamos de nuevo con el deseo de un **feliz 2012** para tod@s.

En esta ocasión y desde la **edición Nº 2 de la Revista We Intangia** os hacemos llegar nuevos contenidos y artículos.

Desde estas líneas deseo agradecer en primer lugar a **Javier Molina** y **Josep Doménech** su participación desinteresada, y la disponibilidad demostrada ante las propuestas realizadas desde este equipo de redacción.

Igualmente, haceros llegar a los **nuevos asociados** nuestra disposición para que esta entidad sea de utilidad y vuestra casa a partir de ahora.

Hemos preparado estos contenidos para ahondar aún más en la normativa sobre los derechos de propiedad intelectual y en nuevos proyectos europeos que nos parecen interesantes mostrar. Nuestra entidad tiene una evidente vocación europea, ya que creemos firmemente en que sólo a través de una relación con otras instituciones europeas y aplicando la normativa comunitaria podremos hacer frente a los cambios y exigencias que el sector cultural está pidiendo a gritos en nuestra normativa, pero que, especialmente en nuestro territorio, es de tan difícil adaptación por los intereses creados.

Esperemos poder contribuir a este cambio y que los autores de esta casa tengan al fin la imagen y la posición que ya gozan en otros estados europeos, contribuyendo al esperado equilibrio con las demandas de los usuarios y consumidores.

Por último, agradecer de nuevo a nuestros colaboradores habituales, a **Patricia Cagide** y **Sara García Torres**, su dedicación para hacer que esta edición Nº 2 salga hoy a la luz. Y como no, a **Víctor**, al encargado del montaje final, que sigue siendo el hilo conductor de todo el proyecto, muchas gracias a los tres.

Enviando desde estas líneas un cordial saludo, deseamos que el contenido os resulte de utilidad.

Atentamente,

Conchi Cagide Torres
Presidenta Intangia.

*No hay inversión más rentable que la del conocimiento.
Benjamin Franklin*

Podemos definir el *know how* (término anglosajón traducido como "*saber hacer*" o "*saber cómo*", "*savoir faire*" en francés), como el conjunto de habilidades o capacidades que una persona o una empresa u organización posee en relación a una tarea específica.

[Definición obtenida de <http://www.e-conomics.es/programa/glosario/definicion-know-how>, (fecha consulta: 26/12/2011)].

En la normativa se incluye por primera vez el concepto de know how en el Real Decreto 1750/1987, de 18 de diciembre, sobre transferencia de tecnología y prestación de asistencia técnica extranjera a empresas españolas, definiéndolo como *conocimientos secretos no patentados aplicables a la actividad productiva*.

En la actualidad engloba un concepto más amplio, podemos hablar de conocimientos comerciales, organizativos o de gestión, que en muchos casos, se han obtenido a través de la experiencia, lo que incluye habilidades personales, pero también conocimientos técnicos, que pueden obtenerse a través del aprendizaje o la formación específica.

No tienen por qué ser secretos, ya que limitaríamos sus opciones al calificarlo de secretos industriales o comerciales, que por su propia naturaleza no se pueden conocer más allá de la propia organización.

Este intangible aumenta el valor de la organización que lo posee, precisamente por que los competidores no disponen de esa experiencia

acumulada o de esos procedimientos internos, sin embargo, pueden transmitirse o cederse a terceros como un activo con un valor monetario específico. Es en el momento en que su titular se plantea darle un valor económico como activo clave en su actividad, o en que se da cuenta que tiene una importancia competitiva (su entidad dispone de una ventaja con respecto a sus competidores, basada en esa forma de hacer o en esos procedimientos internos concretos) o en que se plantea externalizarlo, transmitirlo o cederlo, cuando se hace necesario otorgarle una protección jurídica.

Ante la necesidad de que su titular tenga una garantía y busque un sistema de protección, si nos limitáramos a los resultados obtenidos por la forma de hacer propia o a los resultados derivados del procedimiento exclusivo implantado en la organización, estaríamos hablando de un producto que por su novedad puede ser protegido como patente, o como di-



"Nos encontramos ante un artista con una técnica propia. Un artista que pinta a base de retirar el empaste matérico. Como un escultor que descubre la imagen inmersa dentro de un bloque de piedra, Domènech da a luz la figura desde el magma inerte de la pintura que

retira con el disolvente de esencia de trementina empapada en trapos de algodón que sirven como papel de lija que desgasta la superficie haciendo aparecer manchas que incitan a la imaginación".

Texto de **Isidre Roset i Juan**– Licenciado en Historia del arte, extraído del artículo "José Domènech Sánchez : Sensibilidad y deconstrucción"

seño industrial; o también puede tratarse de un desarrollo tecnológico o artístico que se protege como propiedad intelectual (si es un software, o un proceso automatizado, o una obra artística).

Sin embargo, debemos tener en cuenta que el know-how va más allá de un proceso de fabricación y de un resultado.

El "saber hacer" puede estar en el conocimiento acumulado, en un proceso de aprendizaje o formación, en un organigrama estructurado de gestión interna o externa (políticas de calidad, de cultura corporativa, de atención al cliente), en un método técnico u organizativo, en un método de dirección, en un proceso automatizado de reservas de pedidos, de distribución y/o entrega, en un proceso de investigación (captación de ideas y sugerencias, benchmarking) previos al desarrollo de productos o servicios innovadores, en una infraestructura tecnológica, en definitiva, en cualquier actividad interna derivada de la experiencia o las habilidades.

Por lo tanto, para ser protegida, ha de codificarse o documentarse con aquellos elementos o fases de actuación claves para lograr esa posición competitiva en el mercado.

Por ello el know-how está íntimamente ligado a procesos de aprendizaje y formación, y a procesos de investigación y desarrollo tecnológico.

¿Qué se puede hacer con el know-how o el conocimiento acumulado?

Primero, almacenarlo, documentar el procedimiento desde el primer

momento de aprendizaje y experimentación, hasta dar con la forma de hacer definitiva.

Segundo, decidir si se prefiere mantener en secreto la información obtenida o bien reforzar la protección para una posterior transmisión a terceros; de esta decisión dependerá el tipo de protección jurídica a utilizar.

Tercero, mantener un proceso de valoración y gestión continua del conocimiento, ya que su continuo uso puede seguir generando activos (innovaciones y desarrollos tecnológicos, también protegibles individualmente).

¿Qué sistema utilizamos para protegerlo?

Cualquier resultado de la acción humana, que por los medios adecuados, se materializa en un soporte o documento, puede ser protegido por medio de la legislación de propiedad intelectual; en tanto que "creaciones originales" son cualquier tipo de "estructura o presentación de los conocimientos", aquellos conocimientos documentados son propiedades intelectuales protegidas por la LPI (Sentencia del Tribunal Supremo STS 3284/1995, de 7 de junio de 1995), que además pueden ser reconocidos a sus autores con la inscripción de sus derechos en el registro de propiedad intelectual.

Por lo tanto, la mejor forma de protección es documentar el procedimiento interno original y propio o plasmar el conocimiento en un documento e inscribirlo en el registro de propiedad intelectual. No sólo obtenemos la protección de la legislación de propiedad intelectual, que nos ha adjudicado derechos morales y de explotación, además una prueba frente

Apartado Intangibles

La perfecta descripción de un método único.

Por José Domènech i Sánchez

Esto es a grandes rasgos la síntesis, la esencia en la creación en el arte, en mi caso el de la pintura. Cada artista tiene su método, su forma de llegar a realizarla, pero sea cual sea, lo importante es siempre el resultado final, la "obra acabada", según dicen una obra de arte tiene algo especial, misterioso, que te atrapa, te cautiva, y no es por el tema, la técnica, el soporte...por qué es?... no lo sé.



A pesar de que también es importante no desvelar los secretos, voy a descubrir algunos en cuanto a mi manera de proceder desde el principio hasta el final.

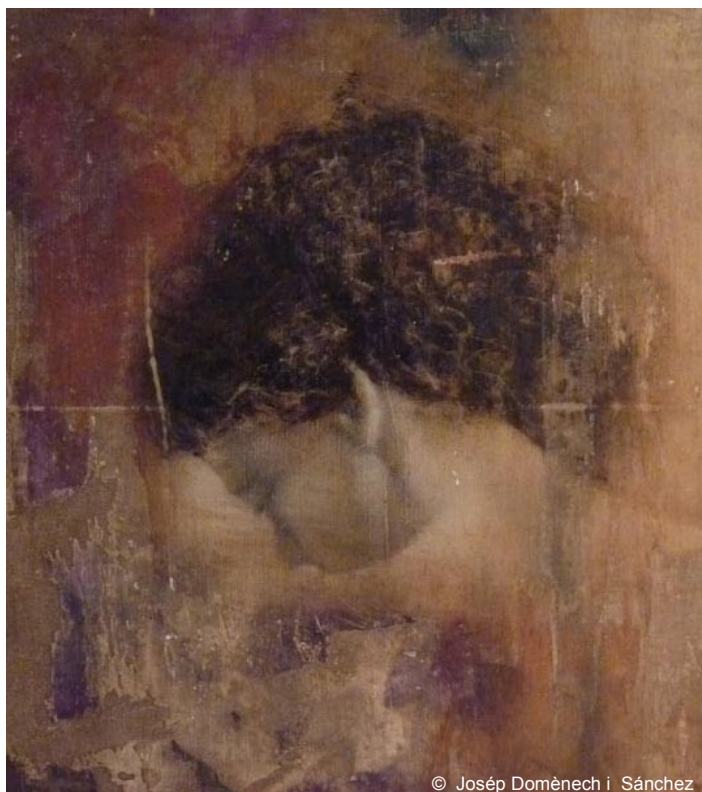
En el inicio, en el despertar de mi vocación (que compartía con el trabajo familiar), todo fue impulso, pintar el paisaje, salir al campo, mi paleta llena de colores, mis pinceles, muchas anécdotas junto a otros compañeros, desde salir volando el cuadro a olvidarse en casa la caja de colores.

Pero con el tiempo la necesidad de expresar mi mundo interior, fue ganando a la salida al exterior, del campo al estudio, donde tengo mi espacio, mi música, mis libros, rodeado de ellos en su compañía y sabiduría, me alimentan y hacen realidad esa frase popular que dice: "Para parir hay que estar preñado", de ahí salen las emociones, los maravillosos

Apartado Intangibles

instantes que luego transmito a las modelos, a la colocación de los objetos, para que sea a través de ellos los que manifiesten los distintos momentos.

Decía que del exterior al interior, y de los pinceles (a los que rindo un sincero homenaje y agradecimiento, teniendo colgado uno en el techo de mi estudio) a trabajar el óleo con el tacto,



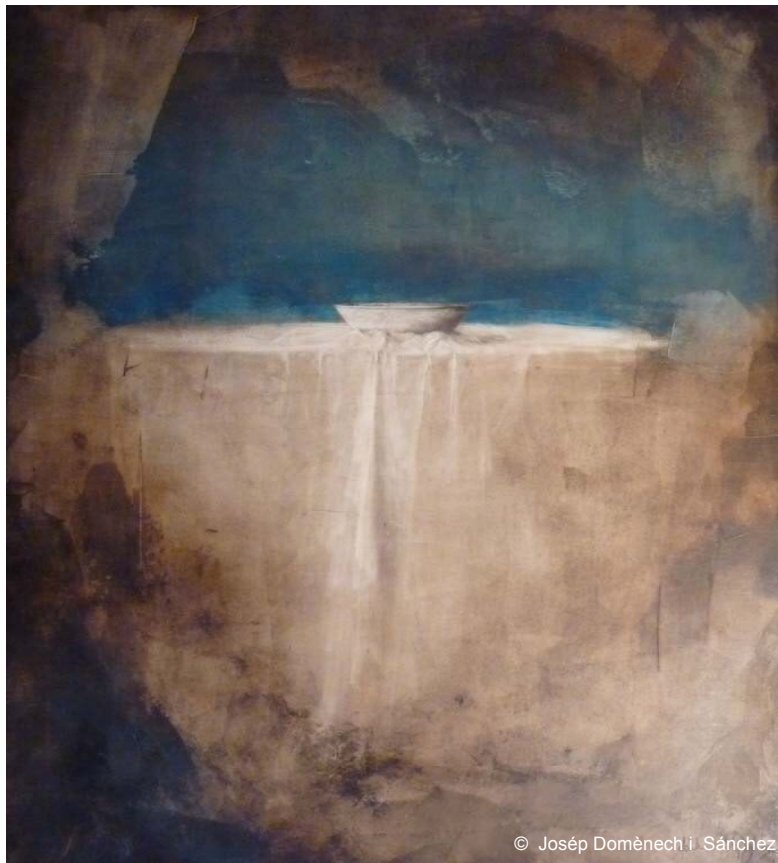
tocándolo con los dedos, sentirlo, ponerlo sobre lienzo, eliminándolo con trapos, frotando, lijando, utilizando disolventes. A preparar concienzudamente el soporte, sea la tela o la tabla, con distintos tipos de impregnación, todo en su sitio, todo muy premeditado, ya que con esta técnica no se deben dejar muchas cosas al azar.

Del contacto con el paisaje a la naturaleza interior, directo al sentimiento, a la emoción, mi paleta de colores se reduce casi al monocromo, conservando los matices del color de la tierra, con variaciones, transparencias, para que con el mínimo de elementos llegar a la máxima emoción, a la síntesis, al núcleo, a la plasmación del "instante" mágico y misterioso y que, a la vez, este monocromo no me haga encontrar a faltar la ausencia de otros colores, llegar al sentimiento con la fluidez que transmiten las tintas de la pintura oriental.

Apartado Intangibles

También a veces acepto el reto, el desafío de plantearme la repetición de un mismo tema, para analizar los distintos estados de ánimo y observar que aunque sea la misma pose, la misma modelo, nunca salen dos temas iguales.

Después la contemplación, el diálogo con la obra, de saber si me dice, si me transmite todo lo que yo quería decir.



Josepdomenechisanchez.com

Este año 2011 que termina nos ha proporcionado interesantes iniciativas europeas en relación a los derechos de autor. Una de ellas es la Propuesta de Directiva de la Comisión Europea sobre ciertos usos autorizados de las obras huérfanas (Comisión, 24 de mayo de 2011, COM (2011) 289 final)

<http://eur-lex.europa.eu/>

Esta propuesta es el resultado de varias iniciativas europeas que han estudiado a fondo las posibilidades de poner a disposición del público todo tipo de contenidos y recursos, a través de redes y plataformas en línea, siempre que se respete plenamente la legislación de derechos de autor. Para que este respeto se produzca el que realice la actividad de publicación online debe cumplir con la obligación de disponer de una autorización previa de los autores, ya que la puesta a disposición de las obras en redes como internet forma parte del derecho de comunicación pública, un derecho de propiedad intelectual de carácter patrimonial.

Lo que se están encontrando las instituciones que realizan este proceso de publicación, como pueden serlo las bibliotecas o los archivos europeos, se están encontrando con una cuestión añadida a la publicación de los contenidos que han ido recopilado durante años, y es si pueden publicar sin conseguir dicha autorización, por el simple hecho de que el autor no sea conocido o no se le pueda localizar. Sin embargo, sin esta autorización previa para colgar en internet los contenidos, se corre el riesgo de vulnerar la legislación de derechos de autor.

Esta situación ha derivado en la necesidad de regular la situación de las obras huérfanas.

¿Qué es una obra huérfana?: aquel contenido integrante de una obra impresa (texto, imagen o fotografía) u obra audiovisual cuyo titular o autor no puede ser identificado o localizado.

Para resolver la cuestión de si es posible poner estos materiales "sin autor" a disposición en internet, la propuesta de la directiva propone una solución única, proporcionando a todos los países europeos, un marco jurídico regulador que permita publicar esos contenidos , garantizando la libre circulación de bienes y servicios de contenido cultural y la libre circulación del conocimiento en general.

Mediante esta normativa, de obligatoria aplicación en el ámbito comunitario, se facilitarían los trámites para que instituciones como bibliotecas, archivos, museos, instituciones educativas, o centros de investigación o de conservación de patrimonio o incluso, entidades de radiodifusión (televisiones y radios) pudieran, una vez digitalizados sus recursos y contenidos, ponerlos a disposición del público en redes en línea, sin pedir permisos a los autores, por el hecho de no estar localizables o no saber quiénes son, por lo que el requisito de pedirles autorización no se puede cumplir.

Este concepto de "obra huérfana" se aplicaría a:

- libros, periódicos, revistas u otro material impreso, siempre que forme parte de colecciones de bibliotecas, museos de acceso público, archivos o centros educativos,

- obras cinematográficas y audiovisuales de colecciones de organismos de conservación del patrimonio cinematográfico o de entidades de radiodifusión (televisiones o radios) que formen parte de archivos en un plazo anterior a 31 de diciembre de 2002.

Sin embargo, este tipo de instituciones depositarias o coleccionistas de las obras huérfanas, deben cumplir con varias condiciones o fases previas antes de colgar los contenidos en las redes digitales:

Fase 1ª: deben acreditar que han realizado una búsqueda diligente para asegurar que disponen de obras huérfanas o que esas obras no tienen autor conocido o localizable;

Fase 2ª: deben inscribir las obras huérfanas en un registro público (*a continuación encontrareis un artículo sobre el proyecto ARROW, el proyecto europeo que crea el registro de obras huérfanas*); con la creación y registro previo de la obra se permitiría que el autor de la misma pudiera reclamar la autoría de la obra, poniendo fin a la presunción de que su obra sea "huérfana";

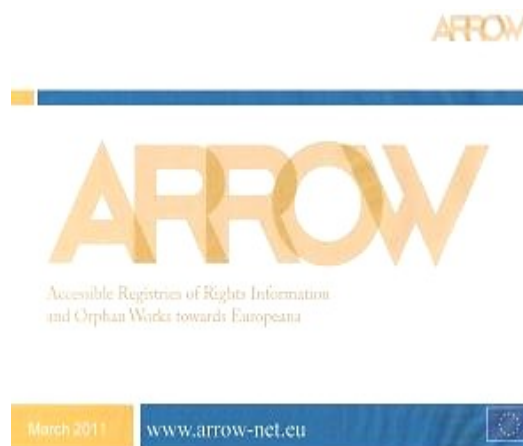
Fase 3ª: poner a disposición la obra huérfana en redes en línea (por ejemplo, en bases de datos públicas tipo Europeana, o Google Book Search) o en redes de las propias instituciones que poseen esa obra (bibliotecas, museos) siempre que esa puesta a disposición se realice con fines determinados:

- fines relacionados con el ejercicio de su misión de interés público,
- fines de puesta a disposición o publicación para el público en general,

- fines como la reproducción para su posterior digitalización, comunicación, indexación, catalogación, conservación o restauración.

Entendiendo que no se permitirían legalmente su uso para fines distintos de los mencionados, como el de la venta o distribución con ánimo de lucro, o la modificación o creación de obras derivadas.

El **proyecto Arrow** nace en 2008 como iniciativa entre la Comisión europea y el consorcio Arrow, formado por 16 miembros pertenecientes a 10 estados europeos (Italia, que actúa de coordinador del proyecto, Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Noruega, Eslovenia, España, Holanda y Reino Unido), como un proyecto de digitalización del patrimonio cultural europeo.



Con el fin de agilizar la identificación de los autores, los editores y otros titulares de derechos, de contenidos disponibles en el mercado, incluso los de obras huérfanas, este proyecto tiene como objetivos los siguientes:

- aclarar el estado de los derechos de las obras huérfanas y descatalogadas para un uso posterior en catálogos digitales,
- permitir la interoperabilidad de los derechos de información entre propietarios de derechos, representantes, bibliotecas y usuarios: se trata de proporcionar un sistema de intercambio de información sobre derechos, de crear un registro de obras huérfanas y una red de centros para la obtención de permisos de reproducción.

Por lo tanto, cumple con una de las condiciones plasmadas en la

propuesta de Directiva sobre ciertos usos autorizados de las obras huérfanas, que es el de crear un registro en el que se inscriban las obras cuyo autor no se conoce o no está localizable, con el fin último de publicar esas obras en redes en línea.

De esta forma no sólo se accedería a colecciones y a contenidos marginales o descatalogados, sino que se publicaría en base a un marco legal de explotación, sin que las instituciones tengan que preocuparse por conseguir la autorización previa para digitalizar y colgar posteriormente en los repositorios y redes de internet.

El [proyecto ARROW](http://www.arrow-net.eu/) (Accessible Registries of Rights Information and Orphan Works) [http://www.arrow-net.eu/] no es sólo un registro, sino una infraestructura tecnológica que incorpora un sistema automatizado de búsqueda en el que se facilita información para identificar a los autores y los derechos sobre los contenidos que pueden ser digitalizados y publicados en distintas estructuras o redes en línea, por lo tanto, puede convertirse en el paso previo a una posterior publicación de cualquier tipo de recursos y contenidos para las instituciones depositarias que deseen digitalizar y poner a disposición sus colecciones.

(Los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial de los contenidos que se muestran a continuación pertenecen a sus legítimos titulares. Su uso en este apartado es únicamente a efectos doctrinales, como resultado del análisis investigador y para informar sobre temas de actualidad).

Las LICENCIAS COLOR IURIS, son licencias creadas con el mismo objetivo que las licencias cc(®), para la difusión en internet de todo tipo de contenidos. Se pueden aplicar a páginas web, a blogs, a contenidos digitales específicos, pero también a contenidos académicos de plataformas de elearning e incluso contenidos en soportes físicos u off line.

Ver la página de coloriuris:

www.coloriuris.net

Se basan en el uso de licencias identificadas con colores, que abarcan:

- licencias con el color ROJO, el más restrictivo: libre reproducción, distribución y comunicación pública, sin posibilidad de modificar la obra ni realizar usos comerciales.
- El color VERDE, con posibilidad de usos comerciales.
- El color AMARILLO, sin posibilidad de usos comerciales.
- El color AZUL, el menos restrictivo, supone la libertad total en el uso.
- Posibles combinaciones de todos ellos. Los ejemplos de combinaciones son los siguientes (http://www.coloriuris.net/es:codigo_colores. Fecha consulta: 28/12/2012).

Descripción



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública con o sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos comerciales y no comerciales.



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública siempre que se haga sin ánimo de lucro. No permite obras derivadas.



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública siempre que se haga sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos no comerciales; siempre y cuando la obra derivada se ceda en las mismas condiciones en las que se recibió (cesión en cadena).



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública con o sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos comerciales y no comerciales; siempre y cuando la obra derivada se ceda en las mismas condiciones en las que se recibió (cesión en cadena).



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública siempre que se haga sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos no comerciales.



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública, siempre que se haga sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos comerciales y no comerciales; siempre y cuando la obra derivada se ceda en las mismas condiciones en las que se recibió (cesión en cadena).



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública siempre que se haga sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos comerciales y no comerciales.



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública con o sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos no comerciales.



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública con o sin ánimo de lucro. Permite la realización de obras derivadas para usos no comerciales; siempre y cuando la obra derivada se ceda en las mismas condiciones en las que se recibió (cesión en cadena).



Permite la reproducción, distribución y comunicación pública con o sin ánimo de lucro. No permite obras derivadas.



ColorIURIS Original Texto informativo de los derechos de autor que marca la Ley. Rige en defecto de usos más permisivos decididos por el autor. ("copyright")

Se pueden destacar como condiciones de las licencias color iuris®, a elegir, las siguientes:

- ámbito territorial de explotación de los contenidos
- duración o periodo de explotación, con un máximo de 5 años.

Además, el portal www.coloriuris.net, permite utilizar los siguientes servicios añadidos:

- Registro y depósito de los contenidos en un servidor seguro, de manera que el autor dispone de un medio de prueba de la titularidad de la obra;

- Registro y depósito de las licencias color iuris estándar personalizables, que sirven igualmente como prueba de la existencia de la relación contractual entre autor y usuario; el depósito de los acuerdos de licencia se realiza ante terceros de confianza durante un periodo de 5 años renovables.
- Sellado de tiempo ("time stamping") aplicable al registro de contenidos o registro de licencias.
- Licencia de uso de la marca registrada color iuris®.

Ejemplos de proyectos licenciados con este tipo de sistemas de autogestión: www.aragonradio2.com

MOLI`S ADVERTISING

Entrevista a Javier Molina Begué

Director Creativo de Moli's Advertising, empresa relacionada con el diseño gráfico y corporativo, la ilustración y la publicidad.



Aprendiz de linotipista, tipógrafo-cajista, minervista, corrector de estilo, y ex-gerente en Editorial Gómez, SL (talleres) de Pamplona, y de otras empresas; dibujante e Ilustrador gráfico, pintor, diseñador gráfico y publicista.

El diseñador gráfico es autor y titular de derechos de propiedad intelectual, los mismos que corresponden a cualquier otro creador cultural. ¿Crees que en este sector, los propios autores, las empresas que los contratan y los clientes finales, tienen conciencia de que el diseño gráfico es una obra intelectual que genera para su autor los mismos derechos que pudieran corresponder a los artistas del sector musical, artístico o audiovisual?

Rotundamente, ¡¡no!! Aquí hemos tocado en hueso, es un tema muy

doloroso para los diseñadores en general y los gráficos en particular, en la industria hemos pasado de un tiempo de intrusismo brutal "tengo un sobrino que me lo hace divinamente", sin pertenecer a la profesión, pasando por el "estudias o diseñas"; creo profundamente que es una labor de concienciación y educación desde la escuela y de regular de una vez dichos derechos. Véase el incipiente Colegio de diseñadores gráficos de Barcelona.

Sin embargo, los diseñadores gráficos son los más concienciados de los derechos de propiedad industrial de sus clientes, tales como marcas o diseños industriales, y les recomiendan continuamente proteger sus logotipos empresariales y los diseños innovadores en las oficinas de patentes y marcas, ¿qué debería hacerse para que el cliente, que protege sus marcas y nombres comerciales con asiduidad, reconociera por fin los derechos de autor de sus diseñadores?

Hacerles ver que los diseños son un gran activo para su empresa, un ejemplo muy gráfico: después de crear un diseño aplicable a un packaging y su etiqueta, el paso siguiente es la aplicación a la producción del producto correspondiente; como es de esperar se sobreentiende que en el precio final de dicho producto está incluido una parte minúscula el valor de dicho diseño -esto no lo ven gran parte de empresarios-, como consecuencia de esta reflexión deducimos la rápida amortización del costo del diseño ya que la repetición de producto se va a efectuar muchas veces en el tiempo.

Yo creo que el método más eficaz sería luchar por la buena regulación -tarifas, indicación en las facturas, que lo que se está facturando es el total del trabajo y propiedad intelectual, -cuando trabajé para TVE, me hacían firmar una renuncia sobre los royalties de la exposición en dicho medio-; la enseñanza a todos los niveles para *concienciar que lo intangible del pensamiento también tiene su valor*, una persona me comentaba -no sin falta de razón-, que el problema era valorar nuestros pensamientos como trabajo tangible, es un cliente mío, esto nos indica el gran camino que tenemos que recorrer al respecto; y por último regular el intruismo y asociarse, por ejemplo a *intangia*.

¿Qué iniciativas te parecen más interesantes acometer por parte de entidades representativas como el Colegio de diseñadores catalán o la asociación Intangia?

Creo que he contestado en la anterior en parte lo que para mí se debiera hacer, la única iniciativa que se ha llevado a efecto -creo- es la de Cataluña, con la creación del Colegio de diseñadores gráficos (CODIG), con todas las regulaciones obvias de un colegio profesional, lo que verdaderamente me ha preocupado siempre es , y aquí hago la pregunta del millón, es ¿porqué no ha tenido repercusión a nivel nacional? Y luego están las asociaciones en las comunidades respectivas, pero creo que simplemente están ahí; recomiendo buscar un libro que editó la asociación de diseñadores de Valencia de título: *El valor del diseño*.

En la actualidad, existen formas o sistemas de protección de los diseños: los registros de propiedad intelectual, por ejemplo,

Tras una larga trayectoria profesional en el sector de la edición y la publicidad, eres miembro de la asociación del club de directores de arte y diseño gráfico de Catalunya, y en la actualidad participas en varios proyectos dentro de Intangia ¿Cuál sería, a tu parecer, el método más eficaz para lograr concienciar a la sociedad en general de los derechos de autor de los diseñadores gráficos?



Bueno, es un tema muy extenso y apasionante para mí, como ya sabemos existe un código de la propiedad intelectual para todas las actividades relacionadas: gráficas, musicales, audiovisuales, etc. pero que la mayoría de las veces no se aplica, bueno, mejor dicho, se aplica -sobre todo en el tema de la música -, porque hay una asociación, que todos conocemos, y que vigila su cumplimiento, independientemente de los resultados por todos sabidos.

permitirían al diseñador defenderse frente a usos in consentidos de los diseños creados para proyectos de clientes finales, o bien defenderse contra el intrusismo de profesionales competidores que modifican los diseños de otros para adaptarlos a nuevos proyectos. ¿Has utilizado algún sistema de protección para tus creaciones e ilustraciones? ¿Qué inconvenientes te has encontrado en este tipo de sistemas de protección?

En eso estamos con *Intangia*, creo que los principales inconvenientes que existen son , y lo voy a exponer con una reflexión muy gráfica, *aquí vale todo, aquí no pasa nada*, en EE.UU. no puedes hacer una foto a una persona normal de la calle, porque puede venir esa persona y reclamarte propiedad intelectual, con lo cual tienes que borrar la foto, esa es la diferencia como comentaba antes de la educación tan avanzada que tienen.

¿Crees que podría ayudarte un sistema o herramienta que, de forma preventiva, te indicara, en el momento de negociar con un cliente, y antes de crear el diseño encargado, cuáles son los derechos derivados de tu creación, y que te permitiera aplicar, en el momento en que el cliente acepta tu presupuesto, una serie de condiciones escritas sobre el uso correcto de tus diseños, de manera que pudiera ser reclamado cualquier uso no autorizado o al margen de las condiciones pactadas?

Por supuesto, pero aquí hay una matización, para mí importantísima, todos debíamos ser conscientes -diseñadores y clientes- que en el momento que exista un presupuesto en el que no se incluya todo lo que estamos tratando -lo que está pasando en un porcentaje muy elevado-, y

que normalmente viene dado cuando al cliente le dices que vas a incluir los derechos de propiedad intelectual y que trae como consecuencia que haga el encargo con la competencia, todo se habrá quedado en AGUA DE BORRAJAS como hasta ahora.

Solución para todos concienciación, concienciación y concienciación.



**Internet y la web 2.0.
Características y ventajas de un nuevo escenario en la sociedad
del conocimiento**

Nos encontramos inmersos en una sociedad intensamente informatizada, en la que la transmisión de información por medios telemáticos favorece y agiliza la producción de conocimientos. Esta **sociedad de la información y del conocimiento**, además de otras características, destaca por tener una serie de componentes fundamentales: los **medios** técnicos, que son los que nos permiten acceder a esta constante transmisión de la información; los **contenidos**, es decir, aquella información, producto o servicio que deseamos dar a conocer; el **entorno**, que estaría compuesto por el conjunto de factores o agentes de tipo social y económico, y muy especialmente, el conjunto de **clientes o usuarios**, es decir, aquellas personas u organizaciones a las que queremos llegar con nuestros productos o servicios.

Tal es, hoy en día, la importancia que se le da al usuario o cliente, que podemos hablar de un nuevo panorama dentro de la sociedad del conocimiento: la **Web 2.0**. Éste nuevo escenario se diferencia fundamentalmente del formato anterior, la *Web 1.0* por hacer hincapié en su parte social, poniendo el acento en la participación e implicación del usuario / cliente.

Y a nuevo escenario, nuevas necesidades y, en consecuencia, cambios importantes en la difusión de la información: se trata de cómo hacer llegar la enorme cantidad de información que manejamos hoy en día lo más rápidamente posible a nuestros usuarios.

La respuesta está en la creación de plataformas de comunicación, que nos permiten este dinamismo e inmediatez en la transmisión de la información, y siempre con este usuario como elemento clave, como principal creador de contenidos y productor de la información, frente a la situación anterior en la cual el usuario se plasmaba simplemente como un objeto pasivo, consumidor de la información.

Las principales aplicaciones y servicios de las cuales nos podemos servir en este fin de llegar el mayor volumen de información al mayor número de usuarios lo más rápidamente como nos sea posible son fundamentalmente: los **blogs**, los **microblogs** y las **redes sociales**. Estos tres son los servicios 2.0 más extendidos.

- Los **blogs** o **bitácoras** son uno de los servicios de la *Web 2.0* más conocidos, y los podemos encontrar en casi todos los ámbitos, tanto culturales o sociales, como corporativos. Se trata de sitios Web periódicamente actualizados que recopilan cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores.

La principal ventaja del blog está en la facilidad con la que se puede difundir aquella información que nos interese dar a conocer, al tiempo que se involucra a nuestro usuario o cliente, creando así comunidades de interés, y permitiendo compartir con éstos ideas, opiniones y contenidos.

Por lo tanto, lo interesante del blog es que el flujo de información se transmite de un modo recíproco y que el usuario puede actuar de manera directa, colaborando y participando en la elaboración y transmisión de los contenidos.

Señalar, además, que no se trata de información meramente textual, ya que otra de las ventajas que nos supone la *Web 2.0* es la facilidad con la que podemos compartir todo tipo de fotografías, vídeos, animaciones, presentaciones, etc.

- El segundo de los servicios más comunes dentro del mundo *Web 2.0* es el de los **microblogs**, siendo *Twitter* el más conocido entre éstos. Por **microblogging** o **nanoblogging** se entiende aquellos servicios que permiten a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, vía *SMS* o correo electrónico.

Son por lo tanto herramientas muy similares al *blog*, con la diferencia de que la limitación de los caracteres los hace todavía más directos e inmediatos. Además, los usuarios de los *microblogs*, aparte de escribir "micromensajes", también pueden seguir a otras personas y conocer lo que hacen y comentan.

- Finalmente, tendríamos el grupo correspondiente a las **redes sociales**, bien de tipo genérico, o bien especializadas. Se trata de estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes, etc.

Se presentan como una nueva forma de servicio que nos permite acercarnos a nuestros usuarios /clientes, para así conocer sus gustos, sus inquietudes, sus aficiones y maneras de relacionarse. En resumen, para atender a sus necesidades e intereses.

Entre las más destacadas, estarían *FaceBook*, *Tuenti* o *MySpace*.

Descritos los principales medios, me gustaría por último señalar que el verdadero reto de la **Web 2.0** se centra en el contenido, es decir, en crear y ofrecer recursos e información de calidad, que sirvan como medio de comunicación entre y para nuestros usuarios.

Y es que no debemos olvidar la enorme ventaja que supone para toda actividad económica, social o cultural la presencia en línea, así como la gestión de esta presencia de una manera eficaz y continuada. La posibilidad de compartir información sonora, audiovisual, multimedia, documental, etc. a través de Internet tiene un gran potencial de atracción, que nos permite ganar en visibilidad y trasladar nuestro trabajo diario a un número infinito de potenciales usuarios / clientes, sirviéndonos por lo tanto como extraordinario instrumento de promoción en todo tipo de actividades económicas o sociales. En nuestras manos está la continuidad de ese instrumento, así como la calidad del mismo.

Este apartado está aún por desarrollar. Sabemos que una de las formas de valorar un derecho de propiedad intelectual es dando a ese derecho un valor contable o monetario.

Sin embargo, esto se convierte en una tarea bien difícil ya que el propio autor no sabe en muchas ocasiones cuánto vale su obra, y, por lo tanto, cuánto vale el derecho asociado a ella. El tema se complica si queremos vender o licenciar un derecho concreto, de todos los derechos de explotación que poseemos, cobrando un valor monetario, por un uso determinado de ese derecho. ¿Aplicamos el valor medio de mercado, es decir, el precio que está cobrando nuestra competencia? ¿Hacemos un balance de costes de creación que determine el precio mínimo de nuestro derecho? ¿nos fijamos en el coste que nuestro cliente estaría dispuesto a pagar por el derecho de propiedad intelectual?.

Nos parecen cuestiones muy interesantes que pueden ir complicándose a medida que vendemos más y mejor, o incluso, si exportamos. Es por ello que hemos decidido crear esta sección, que consistirá en lo siguiente:

⇒ en el caso en que tengais dudas sobre apartados contables o fiscales de vuestra actividad, podeis enviarnos vuestras preguntas a la dirección de correo electrónico info@intangia.es ;

⇒ esas preguntas se las remitiremos al experto contable, para que pueda contestar por escrito;

⇒ en la siguiente edición de la revista, publicaremos, de forma totalmente anónima, un listado de preguntas y respuestas, para que las respuestas del experto puedan ser puestas en común y puedan el

resto de asociados conocer las resoluciones que ha proporcionado el experto.

Este apartado tendrá un formato de pregunta y respuesta, y la pregunta que se publique se redactará en forma totalmente anónima. Pueden ser preguntas genéricas o particulares, y antes de que salgan publicadas, os enviaremos el contenido que se va a publicar para que podáis asegurarnos de que no se publica ninguna información personal.

Esperamos vuestra participación.

Sara García Torres. Asociada de Intangia. Departamento de Animación 3d y entornos virtuales interactivos de Vicomtech.

Entrevista a

Gorka Marcos Ortego (Dinamizador del Observatorio Sectorial Eiken)

Maidier Laka Iñurrategi (Investigadora del Observatorio Sectorial Eiken)

El **CENTRO TECNOLÓGICO VICOMTECH-[IK4](#)**, Centro de Tecnologías de Interacción Visual y Comunicaciones, forma parte del **CLUSTER AUDIOVISUAL EIKEN**.



Eiken es una asociación profesional sin ánimo de lucro cuyos objetivos principales son:

- liderar el desarrollo del sector audiovisual vasco
- impulsar la competitividad del cluster y de sus socios, impulsando una estructura empresarial para el sector
- impulsar y apoyar la internacionalización y proyectos empresariales específicos
- fomentar la actividad en cooperación y la innovación.

Entre sus proyectos figuran dos líneas de actuación ya avanzadas: el EikenGaming, de impulso del sector del videojuego;

y el New Media Content, orientado hacia la producción de contenidos interactivos y el "low cost".

1. El cluster audiovisual actúa en varios sectores audiovisuales: cine tradicional, televisión, formatos multimedia, videojuego, ¿qué necesidades existen en el sector audiovisual que haya impulsado a las empresas socias a integrarse en esta asociación profesional?

(Gorka) El hecho de que la unión hace la fuerza toma si cabe más sentido en este sector. El sector audiovisual o sector "media" es un sector en continua transformación, donde hay que combinar el día a día con la búsqueda de medidas para la mejora de la competitividad y el desarrollo de estructuras empresariales adecuadas a los rápidos cambios que se originan. Disponer de un foro donde cooperar para el buen posicionamiento del sector en global y de cada uno de los socios en particular es fundamental.

2. ¿Cómo ves la evolución del cluster desde su creación en 2004?

(Gorka) Ha sido un largo recorrido, hecho paso a paso por un montón de personas que han creído y construido en este proyecto vivo. Me gustaría destacar como hecho representativo, la interrelación creciente que se ha mantenido desde entonces con el Departamento de Industria del Gobierno Vasco.

En mi opinión, tanto la directora del cluster como los distintos presidentes que Eiken ha disfrutado, han tenido siempre muy presente lo

estratégico que es hacer ver la importancia del sector audiovisual en nuestro tejido, más allá de las connotaciones culturales inherentes al mismo.

3. Dentro de los servicios del Cluster audiovisual, EikenLex proporciona herramientas jurídicas para que los asociados conozcan y apliquen la normativa que les afecta: en el ámbito de los derechos de propiedad intelectual, ¿qué demandas son cubiertas por este servicio?

(Maidier) EikenLex es un portal jurídico que Eiken ha puesto a disposición de sus socios con el objetivo de asesorar y aportar herramientas y conocimiento en cuanto a las novedades legislativas en el sector audiovisual y todo lo relacionado con la protección de la propiedad en la era digital teniendo en consideración los nuevos hábitos de consumo.

Eiken cuenta con los servicios de Landwell, la división jurídico fiscal de la asesoría PricewaterhouseCoopers, para llevar a cabo su misión en EikenLex.

La asesoría online gestionada por Landwell es uno de los servicios más destacables ya que los socios reciben en un plazo muy corto (24 horas) contestación a sus necesidades como por ejemplo la confección de contratos en los que se quiere proteger la propiedad. Pero además también cuentan con los servicios de Landwell en necesidades más complejas con ventajas en el precio.

4. Internet puede tener mucha información en cuanto al tema jurídico pero sin el asesoramiento adecuado puede ser complicado, ¿desde Eiken se ofrece algún tipo de formación a los socios

relacionado con este tema?

(Maider) Todo el que accede al portal EikenLex (es decir, no sólo usuarios registrados o socios) puede encontrar información relativa a las novedades fiscales y normativas, apartado que sabemos cuentan con muchos accesos incluso desde fuera del Estado. Pero además de esto, desde EikenLex se han organizado jornadas con Landwell en relación a temas fiscales, cambios en normativas y publicidad.

5. El sector audiovisual se caracteriza por ser uno de los agentes culturales más avanzados en cuanto a protección de intangibles, y a explotación de los mismos, por ejemplo, hoy en día se conocen noticias de venta a terceros países de grandes formatos de televisión (Gran Hermano, El Hormiguero, etc) ¿Qué experiencias pueden destacar sobre los sistemas de protección de los derechos de propiedad intelectual?¿Qué valoración podrían hacer de los actuales sistemas de protección?

(Gorka)Aquí queda mucho camino por recorrer. Dentro de EIKEN hay empresas con laboratorios de I+D+i dedicados en exclusiva a la creación de nuevos formatos. Algunas de ellas están siendo referentes en el Estado y han logrado vender sus formatos en innumerables países. Es un esfuerzo muy duro y que a día de hoy realizan en solitario.

Si una empresa dedicada a la máquina herramienta, diseña una pieza o un mecanismo nuevo, puede lograr el reconocimiento de la actividad de I+D+i de su personal, patentar el resultado, protegerlo, lograr deducciones en el impuesto de sociedades y ayudas para costear la creación de

la patente, independientemente de que finalmente logre licenciarla, sin embargo, si una empresa de nuestro sector vende un formato en nueve países... no encontramos ningún apoyo desde nuestras administraciones.

Ni para el desarrollo del formato, ni para su venta y, sobre todo, ni para su reconocimiento. Los formatos son nuestras patentes, y nuestro objetivo es hacérselo saber a todo aquél que puede ayudarnos a fomentarlos y protegerlos.

www.eikencluster.com

En el caso en que deseéis participar en el contenido de esta revista, podeis poneros en contacto con Intangia en la siguiente dirección de correo electrónico:

info@intangia.es

Si deseas publicitarte en los apartados de esta revista, puedes ponerte en contacto llamando al teléfono 948 321399, o en la dirección de correo

info@intangia.es

Ilustración de la portada: Título "Hojas de papel". © JAVIER MOLINA BEGUÉ.

Ilustración pag. 5,7,8,9,10 JOSEP DOMÈNECH I SÀNCHEZ

Ilustración pag. 21,23Y 26© JAVIER MOLINA BEGUÉ.

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación sin permiso de las autoras.

Edición Nº 2 Revista Digital We Intangia.

©Intangia, Asociación para la Defensa de Intangibles. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin previa autorización de sus autores y titulares.

En varios de los apartados de la revista se muestran textos, imágenes e ilustraciones realizados por los colaboradores de la entidad. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin permiso de sus autores.

Consejo de Redacción de la revista: Conchi Cagide /Víctor Cuiña.