

Els reptes de futur de la producció i la documentació multimèdia

Noemí Mases Blanch

PID_00205965



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Índex

Introducció.....	5
Objectius.....	6
1. El paper dels productors de continguts multimèdia.....	7
2. El paper dels documentalistes de continguts multimèdia.....	10
3. La gestió dels drets multimèdia.....	13
4. El control sobre els continguts multimèdia.....	17
Bibliografia.....	19

Introducció

En aquest mòdul s'expliquen els reptes de futur que han d'afrontar tant els productors i distribuïdors com els documentalistes i consumidors de continguts multimèdia. D'una banda, s'explica com Internet ha influït en les rutines de treball dels professionals del sector, en la difusió de continguts, en la relació entre productors i consumidors i en la rendibilitat de les empreses audiovisuals. La Xarxa com a eina documental ha canviat la manera de treballar dels productors, i també la forma dels continguts, ara molt més breus i simples. A més, els usuaris s'estan convertint en creadors i participen de manera activa en les descripcions dels productes. D'altra banda, el paper dels documentalistes és cada vegada més imprescindible, ara que la majoria dels processos de producció són en format digital. Els sistemes de gestió de continguts s'han convertit en les aplicacions informàtiques que gestionen millor el flux de treball de les empreses multimèdia. Aquest panorama, a més, ha facilitat l'aparició de nous papers professionals en el sector de la documentació, com són el *media manager*, el *media editor*, el *film researcher* i l'especialista de continguts. Ara bé, la documentació multimèdia també està patint debilitats i amenaces que cal tenir molt presents.

La segona part del mòdul se centra en la gestió dels drets que les empreses productores i distribuïdores tenen sobre els seus continguts multimèdia. L'apartat explica sobre quines accions s'apliquen aquests drets, i també sobre quins continguts i quin tipus de limitacions geogràfiques, temporals, d'usos i de suports s'estableixen. També s'explica com els drets d'autor, les llicències d'accés i els sistemes de protecció tecnològica (*digital rights management*) poden ocasionar problemes afegits a la preservació dels continguts multimèdia, ja que sovint no permeten fer còpies per a aquesta finalitat. Finalment, s'incideix en com el control d'aquest tipus de produccions es fa cada vegada més difícil en un escenari en què es crea i es difon una gran quantitat de continguts a través de la Xarxa.

Objectius

Amb l'estudi d'aquest mòdul, assolireu els objectius següents:

- 1.** Conèixer els canvis que ha provocat Internet com a eina documental, tant en les rutines de treball dels professionals del sector com en la manera de produir, difondre i reutilitzar els continguts multimèdia.
- 2.** Entendre les noves estratègies i els nous models de negoci que duen a terme els productors i distribuïdors multimèdia per a adaptar-se a la situació actual i obtenir més rendibilitat.
- 3.** Prendre consciència del paper que estan adoptant els consumidors actualment, molt actius en la creació de continguts.
- 4.** Comprendre l'important paper dels documentalistes dins del flux de treball d'una empresa audiovisual.
- 5.** Conèixer les debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats de la documentació multimèdia actual.
- 6.** Entendre la gestió dels drets multimèdia dels productors, aplicats a la consulta, difusió, reproducció i reutilització dels continguts.
- 7.** Comprendre per què els drets d'autor, les llicències d'accés als continguts i els sistemes de protecció tecnològica encara dificulten la preservació del patrimoni multimèdia.
- 8.** Adquirir consciència de la dificultat que tenen les empreses productores per a controlar els drets sobre els seus continguts multimèdia.

1. El paper dels productors de continguts multimèdia

La importància de la cultura multimèdia es posa de manifest principalment en les característiques següents (Castells, 1998):

- Més diferenciació cultural i social en els usuaris, amb un mercat segmentat segons els interessos, que dona lloc a comunitats virtuals.
- Creixent estratificació social entre els usuaris, que segons les seves habilitats informatives podran personalitzar els missatges.
- Integració de tots els missatges en un model cognitiu comú, que facilita a l'usuari la tria de qualsevol contingut interactiu (informatiu, lúdic, educatiu, artístic).
- Interactivitat de l'usuari sobre la informació, tant en els processos de disseny, tractament, organització, etc.
- Obertura total a l'univers digital, integrant en els documents imatges, text, so, gràfics que interactuen des de punts múltiples en un temps determinat i al llarg d'una xarxa global, oberta i assequible.

Com ja hem anat comentat al llarg d'aquesta assignatura, Internet s'ha convertit en una eina documental que ha influït de manera notòria en els professionals del sector audiovisual i en la manera de produir, difondre i reutilitzar els continguts multimèdia. Els canvis que s'han produït són tan importants que han afectat (Caridad i altres, 2011):

- a) Les mateixes rutines de treball internes de les empreses i els professionals implicats.
- b) La difusió dels continguts multimèdia.
- c) Les relacions entre els productors multimèdia i els usuaris potencials: tant en nombre com en tipologia.
- d) La manera de plantejar-se la rendibilitat d'aquests continguts en un futur molt immediat (fins i tot en el mateix moment en què es difonen).

Internet posa a l'abast de tothom continguts que van des de pel·lícules i emissions de televisió, fins a anuncis, videoclips, videojocs interactius, aplicacions per a mòbils, etc. I tot això gràcies a una xarxa de comunicacions massiva, a l'abaratiment de les tecnologies necessàries (connexió a la Xarxa, equipament) i, sobretot, a l'aparició de serveis d'allotjament i difusió gratuïta de continguts multimèdia a la Xarxa. Això ha provocat un augment de la demanda d'aquests continguts i també una necessitat d'immediatesa pel que fa al consum. La telefonia mòbil també ha experimentat un canvi molt important i s'ha convertit, en molt poc temps, en una plataforma idònia per al consum de continguts multimèdia i interactius.

És evident, doncs, que la tendència és continuar establint estratègies multiplataforma (ordinadors, telèfons mòbils, videoconsoles, televisors, lectors de llibres digitals, etc.) i creant continguts transmèdia, és a dir, continguts que es desenvolupen de manera integrada en múltiples suports (webs, blogs, jocs, etc.).

A l'hora de plantejar-se una estratègia d'aquest tipus, els productors s'han d'implicar en tres nivells (Alberich Pascual i altres, 2005):

1) **Reaprofitament dels continguts:** es tracta d'un procés automatitzat que permet distribuir els mateixos continguts en diferents suports sense cap mena d'intervenció manual ni modificació (per exemple, dades de trànsit, meteorologia, borsa, etc.).

2) **Adaptació segons el mitjà:** el contingut es retoca pensant en les diverses plataformes on ha de ser distribuït.

3) **Sinergies *cross-media*:** els continguts no solament s'adapten a cada mitjà on han de ser distribuïts, sinó que també es busquen interrelacions i complementarietats entre aquests.

Tot aquest circuit accelerat de difusió ha encomanat totes les fases de treball de les empreses dedicades al sector audiovisual o multimèdia. En el moment de crear, molts productors utilitzen Internet com a font d'idees i d'informació. A més, el fet de publicar a Internet fa que es doni per fet que no hi hagi drets aplicats sobre els continguts. Per això molts d'aquests productors els utilitzen per a obtenir a canvi un benefici en forma d'ingressos publicitaris. Com que l'accés a aquests continguts sovint és gratuït, alguns dels productors centren les seves cerques a la Xarxa i desconeixen la realitat existent fora d'aquesta. D'altra banda, estan deixant de ser creadors de tendències de consum per a passar a ser receptors d'aquestes tendències.

Els continguts multimèdia que ens trobem a Internet val a dir que cada vegada són més breus i simples. Això és perquè sovint falten mitjans per a produir-los o bé perquè hi ha una necessitat de reclamar l'atenció d'un públic cada vegada més saturat d'informació. D'altra banda, el tractament documental d'aquests continguts també ha patit una important transformació. El temps d'identificació i descripció d'aquests continguts s'ha minimitzat, perquè hi ha una necessitat de difondre'ls el més ràpid possible i rendibilitzar així els productes.

Però els productors no són els únics que s'han hagut d'emmotllar a aquesta situació de canvi constant. Els consumidors també s'estan convertint en creadors de continguts multimèdia: els descriuen amb els seus propis termes de llenguatge lliure i amb resums breus, els valoren per mitjà de classificacions,

comentaris, llistes de reproducció, creen enllaços i noves eines d'accés a continguts relacionats entre si (els anomenats núvols d'etiquetes o *tag clouds*) i afegixen finestres de visualització d'aquests continguts a altres webs, blogs, etc.

Sigui com sigui, els aspectes clau que marcaran la gestió dels continguts multimèdia en un futur immediat són els tres següents:

- La manera en què es generaran nous productes.
- Les estratègies de gestió que hauran de seguir els productors i distribuïdors, tant si volen rendibilitzar els seus productes com si volen permetre que els usuaris els comparteixin.
- Com es duran a terme els drets d'explotació d'aquests continguts.

Actualment, molts dels productors i distribuïdors de continguts multimèdia han apostat tant per llogar espais dins dels canals gratuïts com Youtube, Vimeo o Blip.TV, com per crear llocs web propis per a explotar els seus fons. D'una banda, ofereixen maneres d'accedir-hi similars a aquests canals gratuïts, i d'altra, també dissenyen estratègies concretes de promoció i d'accés via pagament o per mitjà d'acords amb altres pàgines web que també permetin la visualització d'aquests continguts. Val a dir també que el sistema de difusió més utilitzat és la reproducció en temps real (*streaming*), ja sigui per mitjà dels ordinadors com dels dispositius mòbils. La tendència és oferir sempre serveis de valor afegit. Algunes cadenes de televisió, per exemple, avancen continguts de manera exclusiva per mitjà del seu web, fins i tot abans que siguin emesos pels canals tradicionals. D'altres fins i tot opten per oferir únicament aquests continguts a la Xarxa. I fins i tot n'hi ha que ofereixen continguts per Internet gairebé en el mateix moment que es produeixen, de manera gratuïta o afegint publicitat. Oferir accés a continguts antics també és molt habitual. Però això comporta, d'una banda, que aquests continguts estiguin ben identificats i descrits i, de l'altra, un costós procés de digitalització que sovint només poden assumir les grans productores i distribuïdores audiovisuals. El procés de difusió tindrà com a objectiu, per tant, rendibilitzar tots aquests continguts, i una bona manera consisteix a oferir continguts d'alta qualitat via pagament.

En definitiva, Internet s'ha convertit en una eina de difusió que implica un baix cost d'emmagatzematge i reproducció de continguts digitals. El nombre d'usuaris que visualitzin aquests continguts no tindrà importància, ja que no hi ha despeses extra de distribució ni de reproducció. Ara bé, el que sí que és necessari és que aquests continguts siguin fàcilment recuperables i això s'aconsegueix amb una descripció adequada (amb models de metadades de qualitat) i unes eines de cerca que permetin fer tant consultes simples com més complexes.

2. El paper dels documentalistes de continguts multimèdia

Abans que arribés la producció digital, l'accés als documents audiovisuals depenia del suport en què s'emmagatzemava la informació. Els documentalistes, per tant, rebien aquests documents una vegada ja eren produïts i iniciaven el tractament documental just en el moment de difondre'ls. A partir d'aquí se seleccionaven els continguts, es descrivien per facilitar el control del que es conservava i s'emmagatzemaven per evitar que es fessin malbé. D'altra banda, es comptava que els usuaris potencials d'aquests documents fossin els mateixos professionals que els havien produït.

Avui, aquesta situació ha patit una important transformació en aquelles empreses audiovisuals que fan els processos de producció de manera digital. El flux de treball i, per tant, l'accés a tots els documents multimèdia, s'ha centralitzat en un conjunt d'aplicacions informàtiques utilitzades de manera compartida per tots els que treballen en el procés de producció de continguts: els sistemes de gestió de documents multimèdia, coneguts com a MDMS (*Multi-media Document Management Systems*) i, de vegades, també com a MAM (*Media Asset Management*; Agirreazaldegí, 2007). En aquest flux de treball tots els professionals hi prenen part. Els documentalistes ja no són els únics professionals que fan tasques de descripció d'aquests continguts. Sovint, són els dissenyadors i productors mateixos que afegeixen metadades (títols, paraules clau, etc.). D'altra banda, en algunes empreses els documentalistes també formen part dels equips que dissenyen els MDMS/MAM i participen en els processos de selecció, compra, instal·lació i personalització. Tot i així, no passa tan sovint com seria desitjable. En definitiva, la visibilitat del procés documental de vegades queda diluïda, és a dir, la descripció dels continguts hi és present, però s'han de fer uns esforços enormes per demostrar que aquesta tasca no és sempre automatitzable i que al darrere hi ha, moltes vegades, un equip de professionals qualificats que la duen a terme.

El cert és que la documentació multimèdia actual es troba davant d'un panorama en constant transformació, que ofereix tant oportunitats i fortaleses, com amenaces i debilitats. Vegem el DAFO següent (Caridad i altres, 2011):

Debilitats:

- Nous formats que evolucionen molt ràpid i que requereixen conversions a mitjà termini.
- L'arxiu ja no és físic i, per tant, el paper del documentalista pot quedar difuminat.
- El treball de descripció augmenta. Es detalla gairebé cada fragment documental.

- Massa versions d'un mateix document a causa de l'excés d'informació, i això en dificulta la selecció.

Fortaleses:

- El procés documental s'aplica a tot el flux de treball, des del disseny fins a la difusió de continguts multimèdia.
- Hi ha una necessitat creixent de professionals que coordinin el flux de documents, versions i metadades.
- Predomina una visió dels continguts i del seu ús a mitjà i llarg termini.
- Es redueix la descripció física manual.

Amenaces:

- La informació pot ser modificada o eliminada per diverses persones amb la conseqüent pèrdua de control.
- Els documentalistes perden part de les seves funcions, que passen a mans d'altres professionals.
- Algunes empreses audiovisuals es plantegen eliminar de manera total o parcial els departaments/serveis de documentació.
- Molts usuaris no tenen en compte continguts que encara s'han de digitalitzar.
- Hi ha el risc que els usuaris utilitzin sempre les mateixes imatges, que generalment són les més fàcils de trobar.
- L'anàlisi documental dels continguts (resum) és una tasca que ja no es veu tan necessària.

Oportunitats:

- Apareix la possibilitat del teletreball documental.
- Sorgeixen nous papers professionals:
 - **Media manager:** encarregat del control del flux de documents.
 - **Media editor:** encarregat de millorar les eines de descripció i recuperació de continguts.
 - **Film researcher:** encarregat de buscar imatges i sons per a produccions concretes.
 - **Especialista de continguts:** expert en la preservació de fons tant a mitjà com a llarg termini.

La importància d'una descripció correcta dels continguts multimèdia és bàsica per a millorar-ne la recuperació. Els documentalistes són els professionals que tenen la capacitat de revisar aquestes descripcions i millorar-les si cal. Haurien de donar suport, a més, a la resta de professionals de les empreses, guiar les seves cerques i oferir productes documentals quan ho necessitin. De fet, moltes vegades són els documentalistes mateixos els qui editen i produeixen continguts, sobretot en empreses audiovisuals petites. Ara bé, hi ha casos en

què la figura del documentalista no està prou valorada, sovint a causa del desconeixement de les empreses. Això fa que de vegades es prescindixi dels departaments de documentació i les tasques documentals es deleguin a altres professionals que no tenen temps ni formació suficient. Aquestes empreses confien, a més, en les possibilitats d'una tecnologia encara insuficient per a fer tasques documentals en condicions òptimes.

Una altra qüestió molt important que cal tenir en compte és la ràpida obsolescència dels suports audiovisuals. És per aquest motiu que els documentalistes han de donar prioritat a la preservació d'aquests suports, ja no solament pel risc que desapareguin, sinó també perquè els formats puguin ser llegibles per manca de maquinari i programari adequat per a reproduir-los.

Les enormes possibilitats que ofereixen els sistemes de gestió documental ha provocat que, en poc temps, hagin proliferat nous papers professionals en l'àmbit de la documentació. D'una banda, el *media manager*, persona encarregada de supervisar tot el flux de documents, és a dir, les eines de descripció documental, l'estructura dels diferents tipus de documents i les interfícies dissenyades per a dur a terme el procés. Aquest nou perfil implica tenir uns coneixements tècnics i de gestió avançats, per tal que l'empresa audiovisual consideri el procés documental com una peça clau dins del seu engranatge.

D'altra banda, ens trobem amb el perfil del *media editor*, encarregat de supervisar i millorar les eines de cerca i recuperació d'informació utilitzades pels diferents professionals que intervenen en el procés de producció. Durant aquests últims anys, la tendència ha estat dissenyar interfícies amb eines de cerca senzilles. Alguns cercadors generalistes com Google, per exemple, utilitzen algorismes de cerca que permeten que la majoria d'usuaris obtinguin els resultats desitjats d'una manera fàcil. Aquest tipus d'eines, pensades per a fer cerques en entorns textuais, també s'han implantat en els MDMS/MAM, molt més complexos a causa de les característiques dels documents multimèdia que gestionen. Com a conseqüència, es fa molt difícil fer cerques detallades.

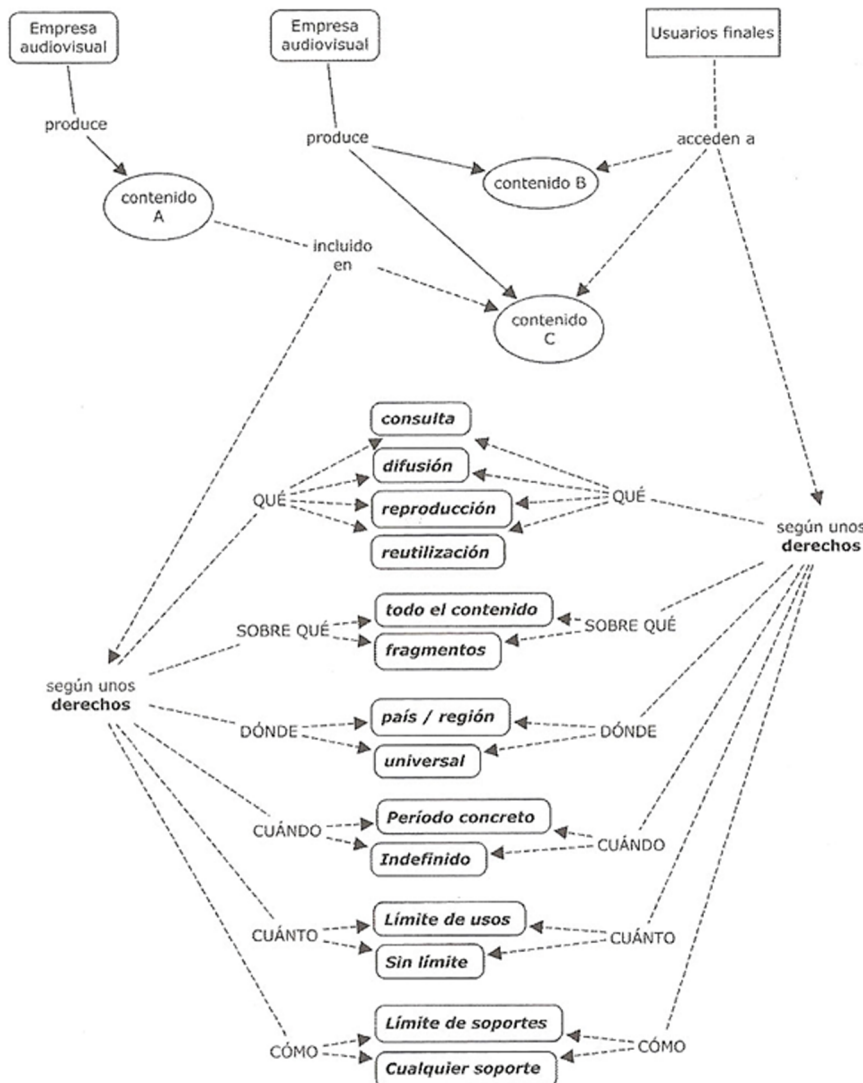
Un altre paper professional en alça és el *film researcher*, l'encarregat de fer cerques en fonts documentals externes, per a obtenir informació sovint difícil de localitzar. Aquesta figura es fa necessària sobretot per a produccions cinematogràfiques i televisives, que algunes vegades busquen un tipus d'informació molt detallada, o d'altres, tot el contrari, molt poc definida i fins i tot ambigua.

Una altra tendència actual és el teletreball. Aquesta modalitat garanteix flexibilitat al documentalista, però també pot esdevenir precària la seva situació laboral. Seran les seves habilitats documentals i la seva capacitat de generar demandes d'informació entre els clients potencials els factors que dictaminaran si l'opció del teletreball és o no rendible.

3. La gestió dels drets multimèdia

Qualsevol empresa de producció o distribució de continguts multimèdia té uns drets propis sobre aquells productes que genera o adquireix. Ara bé, sovint aquests productes inclouen continguts que provenen d'altres productors, uns continguts que també estan subjectes als mateixos drets i que, per tant, s'han de respectar. A aquesta situació, també se li ha de sumar el fet que tots aquests drets són complexos per si mateixos. Vegem com es reflecteix en aquest diagrama:

Figura 1. Drets de propietat i ús de continguts audiovisuals



Font: M. Caridad i altres, 2011

En primer lloc, els drets multimèdia s'apliquen a les accions que volem fer sobre els continguts:

a) **Consulta:** el fet que els continguts puguin ser vistos o escoltats per un tipus d'usuari, ja sigui de manera gratuïta o per mitjà de l'abonament d'una quantitat.

b) **Difusió:** permet que una imatge es faci pública i succeeix quan una empresa distribueix els continguts produïts per una altra empresa. Seria el cas, per exemple, de les pel·lícules i els videojocs creats per una empresa especialitzada i distribuïts en altres països per una altra empresa diferent.

c) **Reproducció:** té a veure amb el fet de poder fer còpies dels continguts i difondre-les per mitjà d'un o diversos canals. Un bon exemple serien les cadenes de televisió, que difonen continguts tant pel seu canal tradicional com via web.

d) **Reutilització:** és a dir, que a més de poder reproduir els continguts, també se'n puguin extreure fragments per a poder crear nous continguts en un futur. Un bon exemple serien els documentals històrics que inclouen vídeos que han produït i emès les cadenes de televisió. Les productores d'aquests documentals hauran adquirit prèviament els drets a aquestes cadenes.

En segon lloc, cal tenir en compte sobre quins continguts o parts concretes d'aquests s'apliquen totes les polítiques anteriors. Quan una empresa audiovisual adquireix els drets sobre obres produïdes per altres, el més habitual és que l'interès recaigui sobre uns fragments concrets, no sobre tota l'obra completa. A l'empresa productora generalment li serà fàcil respondre a aquestes peticions, ja que aquests continguts es troben, en la majoria dels casos, en suport digital i això facilita enormement l'extracció de fragments.

En tercer lloc, és important definir sobre quina àrea geogràfica es podran difondre els continguts multimèdia. El més habitual és que s'ofereixin de manera separada en diferents països, tot establint si es vol o no restringir l'accés als usuaris d'una determinada zona. Però aquestes restriccions no sempre es deuen a raons comercials. Hi ha països que per qüestions legals o polítiques no permeten la difusió de certs continguts.

El límit de temps per a l'ús dels continguts multimèdia també és un tipus de dret que cal tenir present. Les empreses productores normalment fan cessions de drets d'un determinat producte per tal que pugui ser utilitzat durant un període de temps limitat. Sovint s'estableixen aquestes cessions per a un nombre determinat d'usos, ja sigui per augmentar la rendibilitat, ja sigui per evitar el risc de saturació dels consumidors/usuaris/espectadors.

Finalment, s'ha de tenir en compte la manera en què s'apliquen aquests drets. Així, els productors de continguts venen o cedeixen els drets d'una obra tot establint el nombre de canals i suports per a la difusió.

L'aparició de l'entorn digital ha provocat una progressiva substitució de la venda per llicència com a mitjà principal per a accedir als continguts multimèdia. Hi ha diferències significatives entre vendre una obra i llicenciar-la: la venda d'una còpia física d'una obra implica la transferència total dels drets de propietat intel·lectual sobre aquesta còpia concreta de l'obra, fet que proporciona al comprador diversos beneficis, com ara la revenda, préstec o donació; en canvi, la llicència és un contracte, és a dir, un acord privat que proporciona una transferència limitada de drets per a utilitzar l'obra. Així doncs, el fet que la informació digital estigui controlada per llicències presenta problemes afegits per a la preservació, ja que són ben poques les que permeten fer còpies per a aquesta finalitat. En principi, les llicències prevaldran per damunt de la llei de drets d'autor, i això implica que les institucions que es dediquen a la preservació hauran d'aconseguir permís exprés dels productors corresponents.

En l'entorn digital han aparegut novetats com els sistemes DRM (*Digital Rights Management*), que protegeixen tecnològicament les obres amb drets d'autor, i estableixen un control sobre l'accés i l'ús que se'n faci. En termes generals, podem establir quatre grans tipus de DRM (Fernández-Molina i Chaves Guimarães, 2007):

- Els que controlen l'accés (per mitjà de contrasenyes, *date bombs*, etc.).
- Els que controlen els usos (prohibeixen la còpia, només un cert nombre, etc.).
- Els que protegeixen la integritat de l'obra (marques d'aigua, encriptat, etc.).
- Els que asseguren el pagament per l'accés o l'ús de la informació (comptabilitzen l'ús, detecten infraccions o incompliments de la llicència, etc.).

Val a dir que aquests sistemes també estan protegits per la llei. El punt de partida cal trobar-lo l'any 1996 en el Tractat de Dret d'Autor de l'Organització Mundial de la Propietat (OMPI), que ha servit de base perquè en la legislació nacional d'alguns països, especialment els Estats Units, Austràlia i els membres de la UE, s'inclouin disposicions que protegeixen legalment els sistemes DRM. El problema amb què es troben les institucions que preserven continguts digitals és que, encara que les lleis nacionals permetin fer còpies, migracions i emulacions dels materials per a fins de conservació, succeeix que moltes vegades aquestes còpies no es poden dur a terme perquè ho impedeixen així els sistemes de protecció tecnològica. En definitiva, les proteccions que estableixen tant els sistemes DRM, com la llei de drets d'autor i les llicències, han provocat que els propietaris dels drets tinguin més control sobre els continguts.

Hi podria haver algunes solucions a les restriccions legals que afecten directament la preservació digital. Una implicaria modificar la legislació entorn els drets d'autor de manera que pogués permetre fer còpies d'obres i d'ús de programari, eludint també els sistemes de protecció tecnològica. Ara bé, aquesta solució no serviria per a aquells continguts que estan protegits sota llicència. En aquest cas, una altra solució implicaria afegir clàusules als contractes per

dur a terme el procés de preservació amb normalitat. Sigui com sigui, la cooperació hauria de ser necessària entre els dos sectors implicats: d'una banda, biblioteques, filmoteques, mediateques, arxius, centres de documentació i altres institucions dedicades a la gestió, difusió i preservació del patrimoni audiovisual i, de l'altra, productors i distribuïdors de continguts.

4. El control sobre els continguts multimèdia

El control dels drets de les produccions multimèdia es fa cada cop més difícil en un escenari en què es creen i es difonen molts continguts per mitjà de la Xarxa. Un empresa productora de continguts multimèdia exerceix un control sobre els drets de l'ús que es fa de les seves pròpies produccions, ja que moltes vegades aquests continguts els venen o cedeixen a tercers (és el cas, per exemple, de les televisions). Molt sovint, però, l'empresa productora ha de recórrer a continguts aliens per a fer les seves pròpies produccions (és el cas, per exemple, d'una productora que està desenvolupant un DVD interactiu i ha de comprar imatges a un banc d'imatges). En aquest segon cas, haurà de tenir en compte els drets establerts pels seus propietaris.

Pel que fa als continguts que s'han cedit a altres, les empreses productores hauran d'establir un seguiment més acurat per a saber si se'n fa o no un ús legal. Moltes vegades succeeix que aquests continguts es troben penjats en servidors de vídeos gratuïts a Internet, i això fa que aquest control sigui més difícil de dur a terme. En els últims anys, organitzacions com l'Institut Nacional de l'Audiovisual francès (INA) han desenvolupat sistemes automàtics de seguiment de continguts multimèdia, com ara les "empremtes dactilars", que consisteixen a inserir codis dins de cada imatge i so que permeten detectar quins continguts es mostren i qui és el propietari dels drets (Amit, 2007). Ara bé, aquests sistemes són cars i força complexos.

La tendència actual és que moltes empreses i institucions recorren a les llicències Creative Commons per a controlar els seus fons. Aquestes llicències són una eina de consens que es recolza en els drets d'autor per a modificar els termes i les condicions d'ús de la manera que satisfaci millor el productor de l'obra. Així, els productors especificaran els drets d'autor de les seves creacions amb l'etiqueta "alguns drets reservats", en comptes de "tots els drets reservats". Una altra qüestió important que cal tenir en compte és que tant els sistemes de gestió de continguts (CMS) com els sistemes de gestió de documents multimèdia (MDMS o MAM) permeten gestionar d'una manera detallada els drets d'ús sobre la informació a partir de metadades.

Bibliografia

Bibliografia bàsica

Alberich Pascual, J. i altres (2005). *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Barcelona: UOC.

Caridad, M.; Hernández, T.; Rodríguez, D.; Pérez, B. (2011). *Documentación audiovisual: nuevas tendencias en el entorno digital*. Madrid: Síntesis.

Fernández Molina, J. C.; Chaves Guimaraes, J. A. (2007). "Las nuevas leyes de derecho de autor: ¿adecuadas para la preservación digital?". *Information Research* (vol. 12, núm. 4). <http://informationr.net/ir/12-4/paper322.html>

Herrán, A.; Emaldi, A.; Enciso, M. (ed.). (2011). *Derecho y nuevas tecnologías [CD-ROM]*. Madrid: Universidad de Deusto.

Bibliografia complementària

Agirreazaldegi-Berriozabal, T. (2007). "Claves y retos de la documentación digital en televisión". *El Profesional de la Información* (vol. 16, núm. 5, pàg. 433-442).

Amit, R. (2007). "The INA multifaceted approach and the "Signature"". *FIAT/IFTA World Conference 2007*. Lisboa: FIAT/IFTA.

Castells, M. (1998). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (vol. 1). Madrid: Alianza.

