

Gabriel Menotti

Traducción de
Amelia Falcó y Pablo Cristóbal Borillo

DISTRIBUCIÓN DIGITAL DE PELÍCULAS: COMPROMISO TECNOLÓGICO, TRANSGRESIÓN INSTITUCIONAL Y EXPERIENCIA MEDIÁTICA EN EL ESTRENO EN LÍNEA DE *STEAL THIS FILM II*

La aparición de las redes informáticas digitales puede verse como un ejemplo de cómo ciertos casos de desarrollo tecnológico empiezan suponiendo un obstáculo al sistema de medios audiovisuales tradicional y terminan siendo incorporados por él. En 2005, haciendo hincapié en la incompatibilidad histórica entre los intereses de la industria del entretenimiento y las nuevas tecnologías de consumo, el periodista J. D. Lasica afirmaba que la competición entre el cine e Internet supondría «una larga y reñida batalla durante los años venideros» (LASICA, 2005: 29). La idea de la distribución en línea de películas fue recibida, como poco, con recelo por parte de los estudios de cine, porque la proliferación no autorizada de obras audiovisuales que Internet ofrecía ponía en peligro la forma de hacer negocios ya establecida. Desde la perspectiva de

la producción, la red parecía suponer una amenaza a la organización general y a la economía del medio, tal y como había sido en su momento la imagen digital para la ontología fotográfica de la película.

Sin embargo, menos de una década después, es imposible seguir planteando un antagonismo inherente entre los medios y la tecnología. Aunque aún hay conflictos, los sistemas informatizados se han convertido en una parte integral de los estándares del circuito cinematográfico. La arquitectura de los espacios de exhibición ya está lista para la proyección digital; se pueden ver proyectores de alta definición en numerosas salas de cines comerciales, conectados directamente a la cabina de proyección y de ahí a las compañías, que ceden en arrendamiento y retransmiten películas en tiempo real, como

la brasileña Rain Networks (DE LUCA, 2005: 159). Por así decirlo, se podría afirmar que esos cines se han convertido en una especie de terminal colectiva para el *streaming* audiovisual.

Asimismo, conocidos servicios en línea tales como iTunes Store o Netflix, que alquilan o venden películas digitales directamente a consumidores finales, se han convertido en lucrativos canales para la distribución de películas. Los algoritmos de compresión de vídeo, solo conocidos en su tiempo por grupos clandestinos de intercambio de archivos, vienen ahora preinstalados en muchos aparatos de grabación y reproducción domésticos. En ese sentido, el mercado de películas para hogares parece estar sufriendo una amalgama de plataformas que pone la naturaleza dispersa de las redes de información al servicio de la altamente disciplinada estructura del cine. La mayor parte de la tan comentada tensión entre los sistemas informáticos y la institución cinematográfica parece haber desaparecido. Sin embargo, ¿qué ha cambiado realmente en la manera en la que el público se relaciona con la película?

Este trabajo busca explorar dicha cuestión proporcionando una visión general de la transformación del rol de la tecnología en los medios de transmisión de información. En primer lugar, se abordan los sistemas consolidados para la distribución en línea de películas, demostrando cómo establecen parámetros para el consumo y limitan las posibilidades por que se implique la audiencia. Posteriormente, se analiza el creciente uso del protocolo de intercambio de archivos BitTorrent, creado originariamente para la distribución de *software* y habitualmente asociado con la piratería, para el estreno oficial de largometrajes. Para poner de manifiesto cómo la transformación de la tecnología puede dar lugar a nuevas formas de emplear los medios de difusión, el artículo concluye con un análisis de algunos de esos estrenos en *torrent*, prestando especial atención al de *Steal This Film II* [Roba esta película 2] (The League of Noble Peers, 2007), un docu-

mental sobre la piratería de películas cuya dinámica de distribución en línea está concebida para plantear un dilema legal a su audiencia.

Actualizando el mercado secundario: los servicios *Over-The-Top* (OTT) y la iTunes Store

La distribución de películas por Internet es ya tan popular que es posible que pronto ocupe el lugar de la televisión por cable convencional, según sugiere el análisis publicado en el sitio web de *Business Insider*, un importante lector RSS de noticias financieras (HALL, 2010). El informe sobre *Why 2011 Is Being Called The Year of "The Cable Cut"* [Por qué al 2011 se le llama el año del «corte del cable»] afirma que las empresas históricamente ligadas a servicios de Internet, como Google, Apple y Amazon, comienzan a disputarse la difusión de obras audiovisuales hasta los salones de los espectadores. Sin embargo, podría resultar difícil percibir esta intrusión de la informática en el cine en casa porque los *ordenadores* no están por ninguna parte. El sistema de distribución de películas al que se refiere el artículo funciona y se parece en gran medida a los servicios de la habitual televisión de pago por visión. Dicho sistema adopta la forma de muchas plataformas OTT, que emplean la conexión a Internet para enviar contenido audiovisual a aparatos conectados a la red como videoconsolas, teléfonos móviles y, en particular, televisores.

Estas plataformas reciben su nombre del hecho de que envían contenido *por encima* de los proveedores por cable establecidos. A menudo, también hacen que sus directorios estén disponibles para la retransmisión en línea en alta

resolución. Mediante estos, los espectadores pueden consumir directamente películas en formato digital pagando cuotas mensuales o visionando anuncios adicionales. Algunas plataformas están dedicadas a programas hechos originariamente para la televisión, como el conocido BBC iPlayer —relacionado con la British Broadcast Company [Empresa de Radiodifusión Británica]— y Hulu —una empresa conjunta que reúne contenido de las redes norteamericanas de la NBC, la ABC y la Fox, entre otras—. Otras proporcionan acceso bajo demanda a los largometrajes de los grandes estudios, cierto tiempo después de su estreno en cines, al igual que un videoclub. Cuando se trata de estas últimas, ninguna es tan representativa como Netflix.



Fotograma de *Cafuné* (B. Vianna, 2006)

Netflix inició sus operaciones en 1999 como un servicio de alquiler de DVD por correo. En 2008, lanzó la opción *Watch Instantly* [ver instantáneamente], que permitía a sus suscriptores ver parte de su catálogo en la web sin coste adicional. Esta opción estaba restringida en un principio al acceso mediante navegador, pero pronto se integró en las televisiones convencionales gracias al lanzamiento de un reproductor adaptado o *streaming box* (LAM, 2008). Hoy en día, el servicio también está disponible a través de la mayoría



Fotograma de *Yes Men al ataque* (*The Yes Men Fix the World*, A. Bichlbauer, M. Bonanno y K. Engfehr, 2009)

de videoconsolas de última generación y sistemas operativos móviles. Las estadísticas hacen que sea difícil seguir negando la importancia de Netflix en Internet: en mayo de 2011 representaba la mayor fuente de tráfico en la red en EE. UU., suponiendo hasta un 25% de los datos totales (HARDAWAR, 2011).

Por otra parte, en lo tocante a la influencia de la industria de la informática en la distribución cinematográfica, un caso digno de mención es el de Apple. Esta compañía mantiene una larga tradición de hospedar en su sitio web tráileres seleccionados de películas a modo de escaparate para el *codec* de vídeo de QuickTime, práctica consolidada en 1998 con el tráiler de la *Guerra de las Galaxias Episodio I: La Amenaza Fantasma* (*Star Wars: Episode I - The Phantom Menace*, George Lucas, 1999) (SCIRETTA, 2011). Más tarde, la empresa se vería involucrada en el verdadero negocio de la distribución de películas, adoptando el modelo que había establecido con éxito para la venta en línea de música mediante su iTunes Store (STRAUSS, 2003). Este paradigma implica la integración vertical de la plataforma de distribución —la Store—, la interfaz de su software —iTunes, que también es un reproductor— y los dispositivos de reproducción de la empresa —originariamente, el iPod—. En 2005, con el lanzamiento de los iPod de quinta generación, habilitados para la reproducción de vídeo, Apple comenzó a ofrecer en la Store tráileres de películas disponibles para su descarga y vídeos musicales a la venta. Desde 2008, se han ido añadiendo largometrajes

al catálogo, en un principio, solo para alquilar (AFP, 2008). Nuevos títulos se colocaban a la disposición del cliente casi a la vez que salían a la venta para el uso doméstico. Por ejemplo, cuando se lanzó el servicio de películas en alta definición en la iTunes Store el 19 de marzo de 2009, ya se ofrecían películas que se lanzaban en DVD durante esa misma semana, como *007: Quantum of Solace* (Marc Foster, 2008) y *Crepúsculo* (*Twilight*, Catherine Hardwicke, 2008) (APPLE PRESS INFO, 2009). A partir de 2006, Apple ya había entrado en los salones de los usuarios gracias a su Apple TV, un dispositivo que conectaba ordenadores personales con televisiones. En 2010, se lanzaría una versión optimizada para el *streaming* vía Internet, que ahorraba la mediación de ordenadores, introduciendo por completo a la empresa en el mercado del *Over-The-Top*.

Queda patente, pues, que los sistemas mencionados *remedian* las plataformas audiovisuales habituales, como la televisión por cable o el reproductor de vídeo, imitando sus modos de funcionamiento y su dinámica comercial. En ese sentido, por mucho que los servicios *Over-The-Top* usen la conexión a Internet para enviar contenido audiovisual, están lejos de aplicar realmente una lógica descentralizada de redes computerizadas a la distribución cinematográfica. Al contrario, más bien parece que limiten estas redes tal y como establecen los modelos legales de circulación de películas.

El teórico alemán Friedrich Kittler dijo una vez que el ordenador digital es una forma de meta-media universal que

podría ocupar el lugar e incluso reorganizar todos los demás medios (KITTLER, 1999). En la próxima sección mostraremos cómo Internet puede, de hecho, abrirse a redefiniciones considerables de la cuestión cinematográfica y a formas más flexibles de aprovechamiento de los medios de difusión, tales como el estreno simultáneo a escala mundial de largometrajes. No obstante, a medida que los servicios OTT acercan las redes de ordenadores a la reproducción de vídeo doméstica, van a su vez suprimiendo dichas posibilidades a favor del mismo proceso de *windowing* o sistema de comercialización/explotación por ventanas¹ empleado por Hollywood para coordinar el estreno de películas por diferentes canales. Este proceso pone un mayor énfasis en el entorno cinematográfico de exhibición en salas y a su dinámica particular de consumo, reforzando el control centralizado de la circulación de películas y su economía (LASICA, 2005: 25).

Un ejemplo evidente de cómo se ejerce este control es la manera con la que los servicios OTT niegan un principio básico de Internet, que establece que cada nodo de la red debe ser capaz de conectar con todos los demás independientemente de su situación física. A pesar de su eslogan «*Anywhere, Anytime*» [en cualquier sitio, en cualquier momento], solo se puede acceder a Hulu con una dirección IP proveniente del territorio de los EE.UU. Lo mismo sucede con el BBC iPlayer, que solo funciona dentro de los límites geográficos del Reino Unido. Para registrarse en Netflix, el usuario debe tener primero

una dirección postal norteamericana. Incluso las cuentas de iTunes Store se clasifican por regiones, según la nacionalidad de la tarjeta empleada para los pagos. Al adoptar semejantes restricciones geográficas, estos servicios ponen al día el sistema de regiones, una restrictiva tecnología empleada para limitar la reproducción de DVD en otros países y conservar la organización del mercado global cinematográfico (LASICA, 2005: 23).

Por ello, la red está ligada a la lógica institucional del proceso cinematográfico como si fuera «un medio de entrega más que regular», y no un metamedia universal o, como John Perry Barlow cree, un espacio fundamentalmente diferente (LASICA, 2005: 39). En otras palabras, los servicios OTT configuran los ordenadores digitales como un canal secundario que complementa el lanzamiento en cines, como lo hizo el vídeo en los ochenta (GREENBERG, 2008: 131). Aunque esto integra claramente Internet en el macrosistema de distribución de películas, lo hace limitando las características fundamentales de la nueva tecnología mientras conserva así los tradicionales sistemas de visionado y las estructuras de control del cine.

La normalización de la tecnología: estrenos P2P (*peer to peer*) de largometrajes

Mucho antes de que las conexiones de banda ancha domésticas fueran lo suficientemente rápidas como para dar cabida al *streaming* de alta definición utilizado por servicios como Netflix, ya se empleaba Internet para la distribución de largometrajes de una forma totalmente diferente, una forma *no autorizada*. Me refiero al mundo de la piratería que cuelga ilegalmente películas en redes de intercambio de archivos. Según Lasica, en torno a 1997 aparecieron los primeros grupos clandestinos dedicados a esta actividad y dos años después se generalizaron con el desarrollo de códigos para desactivar

la protección contra copias de los DVD (LASICA, 2005: 53). Estos grupos consiguen películas mediante los canales de distribución habituales, las codifican en archivos digitales y cuelgan el resultado en la red mediante protocolos punto a punto, también denominados *peer-to-peer* o P2P, con acceso y descarga gratuitos. Algunas formas comunes para capturar películas incluyen el volcado



Fotograma de *Yes Men* al ataque

desde DVD comerciales, la grabación ante pantallas de cine o incluso haciéndose con copias de los centros de producción antes de la premier oficial.

En ese sentido, mientras que los servicios OTT adoptan la dinámica de la televisión por cable, la piratería parece operar de un modo muy similar a la cultura de aficionados al vídeo de finales de los setenta, tal y como describe Joshua Greenberg. Cuando salió en 1976, se vendía el grabador de vídeo en VHS como un aparato capaz de alterar el tiempo (*time-shifting*), que permitía a los usuarios ver programas de televisión fuera de los horarios preestablecidos (GREENBERG, 2008: 13). Por tanto, en un principio, Hollywood no planeaba comercializar películas de reproducción casera. Los que iniciaron la circulación de películas en cinta fueron espectadores que las grababan de las emisiones en televisión y las intercambiaban entre sí.

Greenberg dice que estos primeros *videófilos* acabaron constituyendo una red a nivel nacional para grabar y comerciar con películas (GREENBERG,

2008: 21). En tanto que se le podía acusar de alimentarse parasitariamente de los medios habituales de distribución de películas, esta red fue de alguna forma responsable de sentar las bases del mercado de películas caseras, que se convertiría más tarde en una importante fuente de ingresos para los estudios de cine. El desarrollo de tan amplia estructura socio-técnica nos recuerda que los usos mediáticos de la tecnología «no se deciden en las salas de juntas o en los tribunales, sino en las distintas fases de distribución y venta al por menor» (GREENBERG, 2008: 8). En otras palabras, el sistema de difusión de películas no viene totalmente definido *desde arriba* por Hollywood o por las compañías de ingeniería, sino que se negocia cada cierto tiempo entre los diversos actores implicados en el circuito cinematográfico, incluido el público.

Al igual que los *videófilos*, los piratas se apropiaron de *software* al que dieron usos comunicativos y valores, distintos a los iniciales. Un ejemplo a destacar es el del protocolo P2P BitTorrent, que también parece estar convirtiéndose en un estándar cinematográfico. En una entrevista con Rachel Somers Miles, el *hacker* Denis Jaromil Roio declaró que un sistema como el de BitTorrent representa una importante optimización de la estructura de la red para la distribución de vídeos (MILES, 2011: 255). Sin embargo, cuando el programador Bram Cohen lanzó esta aplicación en 2001, su objetivo era facilitar la extensión de las nuevas versiones del sistema operativo GNU/Linux entre sus usuarios (LASICA, 2005: 223). Fue en el ámbito clandestino donde se acabó adoptando BitTorrent como el medio preferido para intercambiar copias de largometrajes, ya que la falta de un directorio central lo hacía particularmente eficiente a la hora de descargar archivos de gran tamaño y mucho menos vulnerable a las amenazas legales que las anteriores aplicaciones P2P (como Napster). Al hacerlo, la piratería

llevó la dinámica P2P a convertirse en una práctica cinematográfica cotidiana.

BitTorrent no tardó mucho en ser adoptada como una verdadera alternativa para la distribución de películas, especialmente para títulos independientes. Una de las primeras producciones *tradicionales* que utilizó oficialmente este sistema fue *Cafuné* (Bruno Vianna, 2006), un largometraje de bajo presupuesto financiado por el Ministerio de Cultura de Brasil. El director había planeado un estreno digital en cines que llevaría a cabo Rain Networks, una compañía que «había instalado proyectores de vídeo en los principales puntos del circuito [de salas de arte y ensayo brasileñas] y creado una plataforma virtual de distribución de películas» (VIANNA, 2006). Por el precio de una sola copia de 35 mm, este sistema no solo posibilitaría el estreno simultáneo de *Cafuné* en varios puntos distintos, sino también el estreno con dos finales diferentes: el del montaje del director y una versión más *comercial*, sugerida por la distribuidora.

A pesar de esta estrategia, Vianna seguía preocupado porque posiblemente la película no iba a atraer a demasiado público en Brasil, donde «[las películas de autor] se proyectan en uno

o dos cines y permanecen en cartelera como mucho un par de semanas» (VIANNA, 2006). Esto le llevó a buscar nuevas formas de distribución que pudieran conectar más fácilmente con el sistema de cineclubes, colegios y otros lugares inusuales donde proyectar que ya existieran en el país. Su solución fue promover el estreno simultáneo de *Cafuné* en la red con la licencia de Creative Commons, que garantizaba los permisos legales para cualquier persona que quisiera mostrar la película sin fines lucrativos. La obra se pudo ver en línea el mismo día de su estreno en cines, «usando las mismas redes que normalmente se utilizan para piratear contenido audiovisual [en Internet]» (VIANNA, 2006). Los archivos de BitTorrent para ambas versiones de la película se subieron a los servidores de *Overmundo*, una página web colaborativa dedicada a la cultura libre y popular brasileña. El montaje del director también estaba disponible para ser remezclado por el público.

El estreno de *Cafuné* ejemplifica cómo la transferencia *peer-to-peer* de archivos se puede emplear no solamente como un modo económico de distribuir películas, sino también como una forma de experimentar con la definición de

este proceso. De ese modo, el uso del protocolo BitTorrent parece trascender el nivel puramente económico del cine. El halo de ilegalidad que caracteriza a Internet permite la circulación de ciertas obras que de lo contrario nunca se conocerían, al eludir la organización legal del medio. Este hecho se puede ilustrar con lo que le sucedió a *Yes Men al ataque* (The Yes Men Fix the World, Andy Bichlbaum, Mike Bonanno y Kurt Engfehr, 2009), un documental protagonizado por los activistas del grupo The Yes Men que muestra las bromas que gastaron a algunas de las empresas más poderosas del mundo. La Cámara de Comercio de Estados Unidos demandó al grupo por una de las acciones reflejadas en la película. Como en las tiendas no se atreverían a comerciar con material potencialmente ilegal, esta demanda funcionó como una especie de censura indirecta, lo que obligó a los directores a quitar las polémicas escenas del DVD. No obstante, pudieron dejarlas en la edición especial de la película que pusieron en circulación a través de *torrent* (ERNESTO, 2010). En esta situación, se usó la misma estructura anónima y descentralizada que permite a los piratas evitar el juicio para escapar de la prohibición encubierta de la empresa.

Fotograma de *Yes Men al ataque*



En los ejemplos mencionados anteriormente, Internet se usó como un verdadero canal de distribución de películas, además de los medios habituales, permitiendo así el estreno de versiones alternativas de la obra. Sin embargo, ambas *Cafuné* y *Yes Men al ataque* iban unidas fundamentalmente a los medios convencionales de circulación de películas —cines y vídeo doméstico, respectivamente—. Sin esta conexión con las dinámicas cinematográficas tradicionales, ¿podrían seguir siendo viables las redes informáticas para la distribución de películas? Parece ser que sí —al menos para la de películas de financiación masiva (*crowdfunding*), cuya producción se costea en gran parte por adelantado con las donaciones del público—. En el caso de estos proyectos, el acceso gratuito con el sistema P2P parece ser una forma de publicitar, captando la atención del público y de los patrocinadores hacia los directores y sus próximas obras.

Uno de los títulos que utilizó esa estrategia fue el largometraje de terror *El túnel* (The Tunnel, Carlo Ledesma, 2011), cuya página web oficial lo anunció incluso con el eslogan «en torrent el 19 de mayo». Otro ejemplo es la serie de ciencia-ficción *Pioneer One* (Bra-

cey Smith, 2010), también con licencia de Creative Commons y distribuida usando sobre todo BitTorrent. Los productores de la serie contaron con las donaciones que los espectadores hacían durante cada capítulo para pagar el rodaje de los dos siguientes (PIONEER ONE, 2010). Ligado a esta particular economía de producción basada en Internet, el intercambio de archivos *peer-to-peer* se ha convertido en un verdadero medio de distribución de películas. Con esta configuración, las prácticas disruptivas usadas con anterioridad para la piratería parecen haber encontrado su lugar en el circuito cinematográfico.

Steal This Film II: intercambio de archivos como experiencia comunicativa

La normalización de las redes P2P como distribuidoras de películas independientes es una forma de adaptar el cine a las nuevas tecnologías, pero ciertamente no es la única. Para especular sobre diferentes posibilidades, concluiremos analizando otro trabajo que circula principalmente por medio del intercambio de archivos: los documentales de *Steal This Film*. A diferencia de las obras antes mencionadas,

estas películas incorporan su modo de distribución como parte de su estrategia discursiva, con lo que parecen estar remarcando que el intercambio de archivos incide sobre la experiencia del público con el medio.

Estrenada en 2006, la primera *Steal This Film* (The League of Noble Peers, 2006) se concibió como un documental sobre la cultura P2P realizado por un grupo de personas que compartían archivos y artistas comprometidos con esta cultura (THE LEAGUE OF NOBLE PEERS, 2006). Se centraba principalmente en la redada policial en la que confiscaron los servidores de *The Pirate Bay*, un destacado rastreador de BitTorrent, establecido en Suecia. Ahí comienza la convergencia entre el tema del proyecto y la estructura mediática que emplea, ya que *The Pirate Bay* era también la plataforma básica donde encontrar la película. La popularidad de la obra original permitió a los directores obtener suficientes donaciones para producir una secuela un año más tarde. Al igual que su predecesora, *Steal This Film II* (The League of the Noble Peers, 2007) es un documental de *bustos parlantes* al uso, que incluye entrevistas a diversos expertos en la materia de propiedad intelectual y cultura digital,

Fotograma de *Yes Men al ataque*



como el archivista de películas Richard Prelinger y el creador de BitTorrent, Bram Cohen. A pesar de su formato tradicional, la película logra fomentar un compromiso formal con la tecnología de los medios de comunicación debido a las sutiles estrategias adoptadas para su distribución.

Para empezar, hay que decir que no solo el documental se puede descargar gratis, sino también todo el material inédito, totalmente transcrito e indexado, listo para ser estudiado o adaptado (DOCTOROW, 2008). Esta manera exclusiva de encontrar *Steal this Film II* en línea, y que en otro medio sería inviable, sugiere que la distribución de la película vía BitTorrent no es secundaria respecto de los medios habituales. Al contrario, esta distribución parece estar hecha de forma que subordina los medios tradicionales al intercambio de archivos. Como se expone en la sección Preguntas Frecuentes o FAQ de la página web del proyecto:

P. «Quiero proyectar [Steal This Film] (1 o 2) en mi festival: ¿podéis enviármela en DVD/cinta Betamax/Laserdisc/cinta VHS/vinilos...?»

R. «En realidad, preferiríamos no hacerlo. No es que no respetemos tu festival, y nos ENCANTARÍA que pusieras la película, y no es tampoco que nos creamos especiales, y de verdad que apreciamos tu atención. Es solo que no tenemos oficina, y no tenemos vídeo, así que PUEDES simplemente descargar la película de nuestra página EN ALTA DEFINICIÓN y, de verdad, ¿no es HORA ya de que aprendas a usar BitTorrent?» (THE LEAGUE OF NOBLE PEERS, 2007).

Esta respuesta evoca los cambios en las condiciones de circulación de películas mediante P2P. Con las redes informáticas digitales, los directores ya no necesitan una infraestructura cara para poder copiar y distribuir sus obras, ya que cuentan con la actividad (y los equipos) del propio público. Teniendo esto en cuenta, las FAQ presentan el modo de distribución de *Steal This Film II* como parte de un plan pe-

dagógico más amplio, cuyo propósito es incluir al público en esta nueva dinámica tecnológica.

Al mismo tiempo, al pedirle a la audiencia que «aprenda a usar BitTorrent», los directores plantean un compromiso con la película que va más allá del visionado pasivo. En ese sentido, *Steal This Film II* no parece estar enmarcada en unas condiciones especiales de visionado, sino de acceso. Se podría decir que la película no se hizo para verla en el cine, ni tampoco para verla simplemente en el ordenador: es una película para ser descargada. Su forma básica de consumo implica necesariamente adquirir el archivo de la película en Internet —y no desde un servidor centralizado, sino por transferencia P2P—. Aunque parezca imperceptible, esta actividad pone en contacto al público con las bases técnicas del medio, haciendo que la experiencia de ver la obra sea indisoluble de la práctica de su distribución.

Dado que el público puede recurrir a diferentes formas de apropiarse de *Steal This Film II*, lo único que puede parecer contradictorio es que la película está protegida por *copyright*. Estos derechos exclusivos restringen el acceso público a la obra, haciendo que sea ilegal su copia y distribución en Internet sin autorización expresa de los autores. Sin embargo, no parece que los directores quieran limitar la circulación de la película. De hecho, este aparente conflicto legal probablemente sea decisivo para que el compromiso crítico con la tecnología de los medios de comunicación que ellos mismos quieren promover sea posible. La razón se explica en la primera pregunta de las FAQ:

Q. «¿Por qué vuestra película está protegida por *copyright*?»

R. «Para que puedas robarla. Por supuesto, hay más cosas que decir sobre esto, pero estamos seguros de que te las puedes imaginar».

En otras palabras, el *copyright* es la condición para que la provocación del título de la película sea efectiva: *roba esta película*. Es este desafío el que de-

fine el proceso aparentemente pasivo de *bajar la película*, como una operación activa que compite con la organización tradicional del medio cinematográfico. Por tanto, *Steal This Film II* logra plantear sus primeras preguntas antes de verse la escena inicial. Para ver la película, los espectadores se ven obligados a infringir las leyes, y de esta forma, se comprometen más con el asunto de la piratería que si solamente escuchan a un experto en la materia. Al caer en la trampa de los directores, el espectador conectado en la red se convierte en algo más que su colaborador: un cómplice.

Conclusiones

En 2009, la gente involucrada en el proyecto de *Steal This Film* fundó VODO, una compañía dedicada a la distribución en línea de obras compartidas oficialmente por los directores (DOCTOROW, 2009). Abierto a cualquier propuesta cinematográfica, el servicio se está convirtiendo en la clave para dar a conocer películas mediante redes P2P. En menos de dos años, VODO ya ha logrado distribuir 117 títulos vía BitTorrent, incluyendo *Yes Men al ataque*, *El Túnel* y *Pioneer One*, anteriormente mencionadas (VODO, 2011). Estas películas no solo están publicadas en la página web de la compañía, sino que también están siendo promocionadas en otras plataformas de intercambio de archivos más grandes que constituyen su «Coalición de Distribución».

Siendo un sólido vector para fomentar el uso de las redes informáticas como medio de distribución cinematográfica, un servicio como VODO representa la materialización de las posibilidades tecnológicas en consonancia con un nuevo estándar de consumo mediático. Sin embargo, aunque se pueda probar como un modelo empresarial exitoso, no deberíamos esperar que VODO desencadene una reorganización radical de la industria del cine. Aunque no está claro cómo esas plataformas se van a integrar con los canales habituales de circulación, recomiendo al lector que tenga en mente el estreno

de *Steal This Film II*, que pone en primer término el papel activo que juegan los espectadores en la definición del medio. Nos recuerda que la ontología del cine es fundamentalmente heterogénea, vinculada no al aparato técnico o a las plataformas, sino al público y sus prácticas. ■

Notas

- Las ventanas de explotación (*windowing*) corresponden a un sistema de control de la disponibilidad de un determinado producto de exhibición en función de los tiempos que diferencian sus circuitos. En la explotación efectiva de estos márgenes de tiempo es donde Hollywood ostenta uno de sus engranajes comerciales más productivos. Esto es, un estreno cinematográfico permanece en salas durante unas semanas hasta que, en dos o tres meses, puede comercializarse ya en vídeo doméstico —el éxito prolongado de este estreno en salas puede provocar que hasta en ocasiones se solapen ambas ventanas—. Dentro del vídeo doméstico se suelen diferenciar las ventanas de alquiler y venta, pese a que actualmente están muy diluidas por el declive de los videoclubes. Tras ellas llegan las ventanas de las televisiones, ya sean en la modalidad de pago por visión o en abierto. Todo este entramado comercial es el que se encuentra seriamente afectado por el impacto de Internet como nueva ventana de distribución de contenidos. (NOTA DEL EDITOR)
- Time-shifting* es un anglicismo que se asocia al mecanismo de grabación de un contenido audiovisual que permite un visionado posterior en diferido ya sea para su análisis o por la voluntad del usuario a ser pospuesto para un momento más adecuado. Traducciones como *cambio de tiempo* o *pausa en directo* pueden ser aplicadas, pero en esencia se refiere a la potestad que se da al usuario para retroceder, avanzar, pausar o detener el visionado. Las nuevas tecnologías permiten cada vez mayores posibilidades en este sentido. (NOTA DEL EDITOR)

Bibliografía

- AFP (2008, 15 enero). Apple to launch movie rentals from iTunes platform. Recuperado de <<http://afp.google.com/article/ALeqM-5jCFY6n4HQ3hMD6qUUwFf974MByQ>>.
- APPLE PRESS INFO (2009, 19 marzo). Movie Fans Can Buy & Rent Films in High Definition on the iTunes Store. Recuperado de <<http://www.apple.com/pr/library/2009/03/19Movie-Fans-Can-Buy-Rent-Films-in-High-Definition-on-the-iTunes-Store.html>>.
- DE LUCA, Luiz Gonzaga Assis (2005). *Cinema Digital: Um Novo Cinema?* São Paulo: Imprensa Oficial.
- DOCTOROW, Cory (2008, 29 mayo). Steal This Film 2 footage: free, indexed and remixable [entrada de blog]. *Boing Boing*. Recuperado de <<http://www.boingboing.net/2008/05/29/steal-this-film-2-fo.html>>.
- DOCTOROW, Cory (2009, 15 octubre). Vodo: a filesharing service for film-makers [entrada de blog]. *Boing Boing*. <<http://boingboing.net/2009/10/15/vodo-a-filesharing-s.html>>.
- ERNESTO (2010, 23 julio). 'Yes Men' Use BitTorrent To Avoid Censorship [entrada de blog]. *Torrentfreak*. <<http://torrentfreak.com/yes-men-use-bittorrent-to-avoid-censorship-100723>>.
- GREENBERG, Joshua M. (2008). *From Betamax to Blockbuster - Video Stores and the Invention of Movies on Video*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- HALL, Gannon (2010, 30 diciembre). Why 2011 Is Being Called The Year Of "The Cable Cut". *Business Insider*. Recuperado de <<http://www.businessinsider.com/what-will-it-take-to-make-over-the-top-video-successful-2010-12>>.
- HARDAWAR, Devindra (2011, 17 mayo). Netflix now accounts for 25% of North American Internet traffic. *Mediabeat*. Recuperado de <<http://venturebeat.com/2011/05/17/netflix-north-america-traffic>>.
- KITTLER, Friedrich (1999). *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford: Stanford University Press.
- LAM, Brian (2008, 20 mayo). First Netflix Streaming Box Review, \$100 and Unlimited Downloads! *Gizmodo*. Recuperado de <<http://gizmodo.com/389698/first-netflix-streaming-box-review-100-and-unlimited-downloads>>.
- LASICA, J.D. (2005). *Darknet - Hollywood's war against the Digital Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- MILES, Rachel Somers (2011). Free, Open and Online: An Interview with Denis Roio aka Jaromil. En G. LOVINK y R. S. MILES (eds.). *Video Vortex Reader II - Moving Images Beyond YouTube* (pp. 250-257). Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- PIONEER ONE (2010). Pioneer One. *Vodo*. Recuperado de <<http://vodo.net/pioneerone>>.
- SCIRETTA, Peter (2011, 7 marzo). Why Do So Many Movie Trailers Debut on Apple.com. Recuperado de <<http://www.slashfilm.com/movie-trailers-debut-applecom>>.
- STRAUSS, Neil (2003, 29 mayo). Apple Finds the Future for Online Music Sales. *The New York Times*. Recuperado de <http://msl1.mit.edu/furdlog/docs/nytimes/2003-05-29_nytimes_rendezvous.pdf>.
- THE LEAGUE OF NOBLE PEERS (2006, agosto). Steal This Film. <<http://www.stealthisfilm.com/Part1>>.
- THE LEAGUE OF NOBLE PEERS (2007). Steal this Film - FAQ. <<http://www.stealthisfilm.com/Part2/faq.php>>.
- VIANNA, Bruno (19 agosto 2006). Cafuné na rede [entrada de blog]. *Overmundo*. <<http://www.overmundo.com.br/overblog/cafuna-rede>>.
- VODO (2011). All Films. *Vodo*. <<http://vodo.net/film/allfilms>>.

Gabriel Menotti (Brasil, 1983), curador independiente, trabaja con diferentes formas de cine y tecnología en los museos. En la actualidad está finalizando su doctorado en el Departamento de Medios y Comunicaciones del Goldsmiths College, de la University of London.