

9. Referencias bibliográficas

- ANDERSON, J., (1983). «Who really invented the Video Game?», *Nari Magazines* (online), Vol. 1, núm. 1, p. 8. <http://www.aarimagazines.com/cva/v1n1/inventedgames.php> (Consulta: 13 de enero de 2009)
- ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION REPORT 2008 (ESA). Disponible online: <http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2008.pdf>. (Consulta: 15 de febrero de 2009)
- ESTALLO, J. A. (1995). *Los videojuegos: juicios y prejuicios*. Barcelona: Planeta.
- GEA, J. P. (2004). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Archidona (Málaga): Aljibe.
- GU, A.; YDA, T. (2007). *Los videojuegos*. Barcelona: UOC.
- GROS, B. (Coord.) (2008). *Videojuegos y aprendizaje*. Barcelona: Graó
- LEVIS, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- MONTAGNANA, V. (2008). *Videojuegos: una nueva forma de cultura*. Barcelona: Ma non Toppo
- REVUEIRA, F. I. (2005). *El poder educativo de los juegos online y de los videojuegos, un nuevo reto para la psicopedagogía en la sociedad de la información*. Bio-Bio: Universidad
- RODRÍGUEZ, E. (Coord.) (2002). *Jóvenes y videojuegos: espacio, significación y contextos*. Madrid: FAD.
- TEJERO, R.; PELEGRINA, M. (2003). *Los videojuegos: qué son y cómo nos afectan*. Barcelona: Ariel.
- TEJERO, R., PELEGRINA, M. (2008). *La psicología de los videojuegos: un modelo de investigación*. Archidona (Málaga): Aljibe
- UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE (2008). <http://www.uspto.gov/ > (Consulta: 10 de enero de 2009).

Quando lo licito se vuelve ilícito:
sobre los derechos de autor, creatividad
y política cultural

Eva Hemmungs-Wirtén*

1. Sobre los conceptos clave

El libro de referencia de Raymond Williams, *Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*, es una obra fable para aquellos que por alguna razón quieran saber algo más sobre la terminología y los conceptos que diariamente utilizamos con cierta falta de reflexión, como si fueran evidentes en sí. ¿Queremos conocer los fundamentos del concepto poder? Entonces buscamos términos como *hegemonía* o quizás *ideología*. ¿Queremos saber cómo la percepción del arte ha sufrido cambios a través de los tiempos? Ahora buscamos por *Art*, pero no está de más ver lo que aparece bajo *Genius* y *Technology*. Si se quiere saber lo que se puede esperar de alguien que es sensible a las nuevas tendencias artísticas, y lo que realmente implica el gusto, entonces es útil consultar *Modern* y *Taste*. Sin embargo para Raymond Williams, en su robusta y compacta obra que se ha convertido en una moderna obra de referencia académica ya

* Catedrática de Biblioteconomía y Ciencias de la Información adscrita al Departamento de ABM (Archivística, Biblioteconomía y Ciencias de la información, Museística y Patrimonio Cultural) de la Universidad de Uppsala, Suecia. Su principal área de investigación es el papel histórico y actual de los derechos de autor así como el de la comunidad cultural y la importancia de los sistemas abiertos de información y conocimiento. Es autora de *No trespassing: authorship, intellectual property rights, and the boundaries of globalization* (Prohibido pasar: autoría, derechos de propiedad intelectual y las fronteras de la globalización) (2004) y *Terms of use: negotiating the intellectual commons* (Condiciones de uso: negociando la condición intelectual de la comunidad) (2008), ambos University of Toronto Press. Traducción de Javier Maestro.

clásica, hay una palabra clave que viene a ser más complicada que otras. El término *Culture* es tan amplio y tan difícil de definir que el propio autor incluso clasificó cultura «como una de las dos o tres palabras más complicadas en lengua inglesa (Williams, 1988). En una era de globalización y digitalización el término cultura adquiere una complejidad que no puede dejar de percibirse sino como relevante. Si el término describe y explica casi todo, desde magnitudes como culturización y civilización hasta entenderla como una unidad en plural más que en singular —¿no se convierte el término cultura en todo y nada a la vez? Pero quizás haya que dar la razón a Williams en el sentido de que la polisemia que encierra el término debe considerarse más como una fortaleza que como una debilidad. La cultura entendida como arrefactos, prácticas y símbolos constituye algo tan central en nuestras vidas que sencillamente debemos dar por añadidas las difusas fronteras semánticas. Tratar de encontrar una definición verdadera, exacta y óptima es, desde esta perspectiva, no sólo imposible sino directamente peligrósísimo.

Pero, yendo de lo más general a lo más específico, pretendo ahora entender la cultura en primer lugar como una producción simbólica, y en este sentido como una parte de una economía que por naturaleza es global y que es cada vez más intangible, basada en el conocimiento. Para concretar aún más este supuesto me concentraré en lo que a mi juicio vienen a ser las principales tendencias determinadas por la cultura: que ésta se desenvuelve en un campo de tensión que la hace a la vez más accesible y cada vez más controlada.

2. La Sociedad de la Información

Manuel Castells ha señalado uno de los supuestos básicos de la globalización cuando destaca cómo la Sociedad de la Información crea productividad y competitividad por medio de su capacidad de generar y hacer uso de una «información basada en el conocimiento». Pero esta capacidad no surge del vacío sino que depende de una infraestructura muy específica: la tecnología de la información. Ésta es la que ha hecho posible la fase siguiente, y mucho más importante del proceso de globalización, concretamente que la información y los usos de la información se hayan convertido en un producto *en sí*. Dicho de otra forma, «la

E. Hemmings-Wright Cuando lo lícito se vuelve ilícito: sobre los derechos ...
información [es] tanto el *input* como el *output* de su propio proceso de producción» (Benkler, 2003: 1253).

Pocos podrían poner en cuestión el hecho de que se ha producido un cambio profundo pasando de la producción industrial a la informacional, un cambio que también conlleva una nueva forma de pensar cuando nos referimos a los recursos de la sociedad. Resulta interesante constatar que la palabra industria ha recobrado nueva vida. En combinación con «vivencias», las asociaciones que establecemos no van más allá de las cadenas de montaje de *Tiempos modernos* de Chaplin o de los niños trabajando llenos de hollín que aparecen en algún documental de la BBC basado en las novelas de Dickens. Ahora, en cambio, sectores económicos creativos como el turismo, la biotecnología o la educación superior están fuertemente determinados por el capital humano, el recurso más importante de los nuevos tiempos. Los recursos que circulan y que se valoran en este ámbito son la innovación y la creatividad más que los bosques, el acero o el agua. Desde esta perspectiva debe ampliarse también el concepto de desarrollo sostenible, puesto que, si en general se ha llegado a entender éste como una conducta más ética relacionada a cómo aprovechamos los recursos de la tierra, también debería ser igualmente aplicable para una distribución democrática de la infraestructura informacional-tecnológica que permita dar acceso a los recursos básicos de la globalización: información y conocimiento.

No obstante hay una diferencia importante entre pongamos por caso los árboles de los bosques y los cerros y los unos de la jungla de la información digital. Aquellos son un recurso finito, que pueden llegar (y llegarán si persiste la sobreexplotación) a extinguirse, éstos en cambio son un recurso inagotable y poseen unas características totalmente diferentes. La información y el conocimiento se caracterizan por su productividad intrínseca (diferentes usuarios pueden hacer un uso simultáneo de los recursos intangibles sin que éstos se deterioren o extingan), pero también por su función como mercancía (los recursos intangibles pueden ser inicialmente costosos de producir pero las nuevas tecnologías hacen que en principio sea imposible evitar que hagan uso de esos mismos recursos los «free-riders» o los aprovechados). De acuerdo con esta línea de argumentación, la carencia de estímulos económicos para recobrar las inversiones, y así poder seguir produciendo cultura e información, hace que el resultado final sea el empobrecimiento. Ésta es una verdad con

matices. Una de las caras de semejante argumentación es que reduce sin más la creatividad a términos monetarios. Sin embargo hay muchas más razones que las estrictamente económicas por las que las personas escriben, hacen películas o pintan. Así ocurre en el ámbito del conocimiento científico donde el objetivo fundamental es el capital simbólico más que el económico, y así es cómo la creatividad en el mundo de la cultura puede abrir camino a la voluntad de crear, compartir, desarrollar y ver cómo las ideas propias reciben el reconocimiento en la obra de otros.

A tenor del significado económico que se ha atribuido a las nuevas industrias no resulta sorprendente que los derechos intangibles —el marco legal por medio del cual los derechos de autor, patentes y protección de marcas están diseñados para incentivar y recompensar la creatividad y la innovación— hayan recibido una atención mediática tan grande. Como alguna vez observara James Boyle, la propiedad intelectual mantiene la misma relación con la Sociedad de la Información que el trabajo asalariado guardaba con la sociedad industrial en desarrollo (Boyle, 1993, pág. 13). Es evidente que la esfera cultural no es ninguna excepción dentro de esos cambios estructurales. Las tecnologías de la información y la digitalización han influido de una manera trascendental e irreversible en todos los circuitos que hoy producen, distribuyen y hacen consumir cultura. *Fildelning* [descarga en suco], *Open Access*, *Flickr*, *YouTube*, *Facebook*, *Wikipedia*, *Creative Commons*, *Agencia Pinta* y *Agencia Anti-pinta*: todos estos fenómenos vienen a ser, de forma distinta, indicadores de que la digitalización ha abierto nuevas oportunidades (creando asimismo nuevos problemas) en el ámbito del arte y la ciencia. Una consecuencia importante de todas estas tendencias es que las representaciones inflexibles y duraderas sobre quién es productor y consumidor de cultura han llegado al límite. Reinan las turbulencias, por no decir el caos, cuando se trata de establecer quién es creador o usuario de una obra, cuando tanto las formas como las manifestaciones de la creatividad se diferencian tanto de lo que eran tan sólo hace unos decenios.

Esta combinación de fuertes intereses económicos asociados a los recursos informativos por un lado y, por otro, un cambio más difícil de captar respecto a la visión que se tiene de la producción y consumo de la cultura que ha posibilitado la digitalización, constituye un punto central de demarcación al relacionar cultura con globalización.

3. La tecnología a través de los tiempos

A veces parecen prevalecer opiniones encontradas sobre si la digitalización realmente representa algo nuevo. Quizás sólo sea un desarrollo ulterior de viejas tecnologías, lo que implicaría que se puede fácilmente actualizar la legislación existente, los modelos de distribución y las formas de apoyo de la política cultural. Pero, en cambio, si la digitalización resultara ser algo absolutamente nuevo, implicaría que tendríamos que partir de otros cuadrantes en lo que concierne a normativas, así como a los modelos de institucionalización cultural. Ahora bien, con independencia de a qué opinión nos inclinemos, lo cierto es que tenemos mucho que aprender de la historia sobre los periodos precedentes de cambio que afectaron a la creación cultural.

Los años finales del siglo XIX nos recuerdan bastante de nuestro tiempo. Un desarrollo intensivo de la técnica dio como resultado innovaciones como el teléfono y el telegrafo. El desarrollo de nuevos medios de comunicación hizo posible distribuir textos (y piratarlos) de una forma mucho más efectiva que antes. Y la internacionalización se manifestó con la aparición de un sinnúmero de organizaciones y congresos cuyo objetivo era la cooperación multilateral. El personaje estrella en uno de esos encuentros, la primera conferencia internacional de autores, celebrada en París en 1878, fue Víctor Hugo. Pocos estaban llamados como él para pronunciar un discurso donde trasladaría la necesidad de una coordinación internacional centrada en los derechos de autor; y la conferencia dio el pistoletazo de salida para un cometido que dio sus frutos en la Convención de Berna de 1886. Víctor Hugo no era sólo un icono nacional y un respetado internacionalista, era indescritiblemente popular y diligentemente piratado. Víctor Hugo representaba en muchos sentidos la imagen de lo que era un «autor» moderno, un fenómeno relativamente nuevo en la historia de la literatura, pero que hoy aparece como una figura sorprendentemente vigorosa e influyente cuando se trata de entender la creatividad.

En la obra *The Author, Art, and the Market: Rereading the History of Aesthetics* [El autor, el arte y el mercado: relejendo la historia de la estética] (1994), Martha Woodmansee escribe sobre el surgimiento de esta categoría específica y cómo a lo largo del siglo XVIII fue convirtiéndose en dado que los autores alemanes tenían una necesidad apremiante de iden-

tificarse como propietarios legalmente reconocidos de su propia obra y para que esa propiedad pudiera legitimarse por medio de derechos de autor. Woodmansee nos traza un importante periodo histórico donde el autor se distancia de haberse inspirado de alguna fuente externa (dios o quizás alguna musa) para depender de la calidad de sus propios e intrínsecos pensamientos o ideas. Nos describe cómo la condición de autor se desarrolló, partiendo de ser algo artesanal o una administración de tradiciones, para ir emparentándose cada vez más a una estética de la originalidad. Y, por último, pero no por ello menos importante, todo este proceso converge en un cambio en la propiedad literaria: de haber estado reservada a poseedores colectivos de derechos, como editores o impresores, pasa al individuo como sujeto jurídico y literario. De acuerdo con este punto de vista existe una relación directa entre la individualización del autor y los derechos de autor contemporáneos.¹ Así, los derechos de autor modernos se convierten en co-creadores del autor moderno, y a la inversa.

A consecuencia de la creciente vinculación que se establece entre el «autor» (en sentido amplio) y la propiedad (como un derecho de autor individualizado) queda reforzada una visión excluyente a la creatividad. Ésta se basa en una segmentación entre autor y lectores, entre productor y consumidor donde cada categoría se nutre de sus funciones específicas. La cultura creada colectivamente, que no permite ser referida a un individuo o la que no cumple los criterios marcados por la estética de la originalidad occidental, queda fuera de este marco.² Viendo cómo esta problemática se ha desenvuelto en la era digital quizás esto sea lo más significativo para traer a colación a Víctor Hugo, no por lo que dice en su discurso, sino por las aportaciones que hace en los debates subsecuentes y que atraen la atención de los autores reunidos durante unos

¹ El estudio de Woodmansee se inspiró en la conocida obra de Michel Foucault donde plantea cuando el autor queda individualizado en la cultura occidental. Véase M. Foucault, *¿Qué es un autor?*

² Existen abundantes líneas de investigación, tanto de carácter jurídico como antropológico, que se centran precisamente en la relación p.ej. que guardan los pueblos nativos con los diferentes sistemas jurídicos que determinan la propiedad. Una buena introducción puede verse en Brown, *Who Owns Native Culture?*

das en París en junio de 1878. Allí expresa una visión extremadamente actual acerca de cómo los textos se utilizan en realidad. A pesar de todos los problemas de piratería a que fueron expuestas sus propias obras, dejó entrever que cuando el texto abandonaba al autor dejaba de ser suyo. Además señaló expresamente que si tuviera que elegir entre los derechos de autor y los derechos del público para acceder a la literatura, siempre se decantaría por los del público.³

Víctor Hugo avanzó una visión esencialmente dialógica sobre la literatura, como un diálogo entre autor y lector. El hecho de que los textos se encuentren e interactúen con otros textos —hoy más conocido bajo la denominación *intertextualidad*... 100 años después de las declaraciones de Víctor Hugo— y que los autores tienen que leer para poder escribir parece tan evidente que apenas merece la pena recordarlo. Pero, en una situación donde una legislación superprotectora tiende a dificultar más que a estimular la creatividad, y donde la tecnología p.ej. en forma de la llamada Gestión de Derechos Digitales (DRM en inglés) se incorpora al software para impedir un uso que podría ser de otra manera lícito, nunca ha sido tan pertinente recordar las prioridades de Víctor Hugo.

Piratear en el mundo analógico de Víctor Hugo no es por supuesto lo mismo que en nuestro mundo digital. Apenas nadie duda de que las descargas constituyen el aspecto más llamativo sobre cómo la tecnología sale al encuentro⁴ de los derechos de autor, una cuestión que aparece en los medios a diario. Desde que el estudiante Shawn Fanning lanzara Napster las redes llamadas «peer-to-peer» (P2P) han ido proliferando. Kazaa, Grokster y el portal sueco Pirate Bay vienen a ser todos ejemplos de cómo diversas redes hacen posible la copia, descarga y difusión de archivos digitales.⁵ Se cierra un portal y enseguida aparece otro.

Para unos las descargas son una forma de suscitar interés por sus obras, otros las ven como algo directamente pernicioso para sobrevivir del tra-

³ Para mayor detalle sobre las intervenciones de Víctor Hugo, véanse los capítulos 1 y 6 de Hemmungs-Wirtén, *No trespassing*.

⁴ Para un conocimiento detallado del tratamiento dado a las descargas en la prensa diaria durante los últimos años, véase Hellsten, *Blund helgon, skurkar och vanligt folk [Entre santos, brabones y gente de a pie]*.

⁵ Para una visión panorámica internacional del fenómeno P2P y sus dimensiones jurídicas, véase Rimmer, *Digital Copyrights*, pp. 93-130.

bajo. La importancia de los derechos de autor, como estímulo y recompensa, es una cuestión controvertida. Especialmente problemáticas y cuestionadas, entre otros por el profesor de Stanford Laurence Lessig, son los constantes alargamientos de los derechos de autor (hoy resultan tener vigencia 70 años a contar a partir de su fallecimiento), en EE.UU. se ha procedido a cambiar dichos plazos once veces en el trascurso de cuarenta años. Perfecto, contesta irónicamente Lessig, para el 1% de las obras creativas que tienen valor comercial diez años después de ser lanzadas, pero resulta menos afortunado para el restante 99%. Es extraordinariamente importante señalar que los intereses de las industrias mediáticas y los vinculados a los derechos de autor en absoluto siguen un proceso convergente sino que, en realidad, cada uno va por su lado. La cuestión de cómo se puede resolver jurídicamente (y en términos éticos) el tema de los derechos de autor con relación a las descargas y cómo la industria musical se posicionará ante tal situación está adueñándose del debate hasta tal punto que resulta fácil pensar que estas tendencias no afectan a otros grupos o sectores.

Para seguir este razonamiento merece la pena recordar que todas las nuevas tecnologías tienden a poner en entredicho las normas legales vigentes. Éste fue el caso en grado extremo con relación a la fotocopiadora. Durante mucho tiempo, en principio algo sinónimo a la firma Xerox —por cierto una empresa y una maquinaria de raigambre sueca por ser su descubridor Chester Carlson—, la fotocopiadora desempeñó un papel revolucionario en términos absolutos durante la década de los 60 y los 80 en cuanto a cómo se entendía la copia. La fotocopiadora provocó tantas turbulencias que obligó modificar la legislación, y resulta elocuente en sí que el cambio provino de necesidades de conocimiento intensivo provenientes de empresas, bibliotecas, centros educativos y de investigación.⁶ Incluso hoy una vieja tecnología como la de la fotocopiadora sigue creando problemas legales.⁷

⁶ Para más información sobre Xerox y la fotocopiadora, véase el capítulo 3 «The Death of the Author and the Killing of Books: Assault by Machines» de mi obra *No Trespassing*, accesible en <http://www.abm.uu.se/evalw/articles.html>

⁷ Es p.ej. el caso *CCH Canadian Ltd. V. Law Society of Upper Canada (2004)* que despertó gran atención. Para más detalle, véase Rimmer, *Canadian Rhapsody*.

La publicidad de Xerox durante ese periodo nos proporciona una visión fascinante de la historia de los medios, ya que construyó una de sus campañas publicitarias de más éxito cuestionando el valor del original y exaltando el de la copia. En un anuncio de prensa se colocaron juntos una litografía original de Picasso y al lado una copia de Xerox de la misma litografía. El anuncio tenía como título: «¿cuál es el Picasso valorado en \$2.500? ¿Cuál es la copia Xerox 914 por valor de 5 centavos?» La sola idea de que una fotocopiadora pudiera crear una copia tan idéntica al original que los lectores fueran incapaces de distinguirlos tenía dos implicaciones. Por un lado los incommensurables avances de Xerox demostraron lo dependiente que se encontraba la expansiva Sociedad de la Información, todavía analógica, de la posibilidad de copiar. Pero, aparte de eso, la fotocopiadora también cuestionó la relación tradicional entre productores y consumidores. Ahora todos podían fotocopiar diferentes libros, editar un libro propio como lo expresaba Marshall McLuhan con un entusiasmo entremezclado con pánico (McLuhan, 1966: 202).

La expansión de internet y la revolución digital implican un reto aún mayor, no sólo porque se tensa al límite la misma idea de lo que es en realidad una «copia», así como dónde, cuándo y cómo se produce una «copia», sino también porque la tecnología posibilita nuevas formas de producción. Si la fotocopiadora es una tecnología que anuncia la digitalización, entonces las posibilidades para la copia y la distribución por medio de internet se hacen hoy ilimitadas y hoy diríamos que incluso son ilimitadamente impredecibles. Tomemos como ejemplo a *El hombre del cóctail Molotov*.⁸

4. *Contra el Hombre del cóctail Molotov*

En 2004 la artista Joy Garnett organizó una exposición en Nueva York titulada «las series de la revuelta». Las especiales fuentes primarias de Garnett —la base de su arte— fueron imágenes publicadas en internet y, en esta ocasión, iba en busca de personas a las que se captó sometidas a un fuerte estrés emocional o que se encontraban sujetas a diferentes

⁸ Para conocer toda la historia, véase Garnett y Meiselas, *On the Rights of Molotov Man*

situaciones de crisis. La imagen de un hombre provisto de una boina negra, dispuesto a lanzar un cóctail Molotov, atrajo inmediatamente su atención. Enseguida se dio cuenta de que esa obra se convertiría en la obra central de su exposición y también en la imagen lógica para la tarjeta de invitación anunciando la inauguración de la exposición. Una vez que la invitación llegó a manos de amigos y conocidos, uno de ellos la llamó por teléfono y preguntó: ¿estaba realmente autorizada por el fotógrafo, que había hecho la foto, para utilizar la imagen? La respuesta fue que no.

Garnett no sabía en realidad que el hombre provisto de una boina negra era un soldado sandinista que el 16 de julio de 1979 lanzó un cóctail Molotov contra uno de los acuartelamientos de Somoza. El fotógrafo resultaba ser Susan Meiselas, conocida miembro de Magnum, y la imagen se había publicado originariamente en el reportaje fotográfico *Nicaragua* de 1981. Garnett despertó definitivamente de su ignorancia cuando recibió tras la exposición una carta del abogado de Meiselas donde indicaba que se había producido una infracción a los derechos de autor y exigía a Garnett que acreditara al fotógrafo y solicitara su autorización antes de exponer de nuevo su pintura. Entonces Garnett hizo dos cosas. Ella, como suele suceder, también se puso en contacto con un abogado, pero además planteó sus problemas en la red, concretamente a la comunidad sin ánimo de lucro *Rhizome*, una plataforma de debate sobre arte y nuevas tecnologías. Al cabo de unos días Garnett ya tenía preparada su respuesta. Naturalmente estaba dispuesta a reconocer que la imagen era originariamente de Meiselas en todas sus futuras exposiciones, pero sostuvo que no veía justificado que tuviera que pedir autorización al fotógrafo por la reproducción de su propio Hombre con cóctail Molotov. El abogado de Meiselas respondió entonces con otra carta en la que exigía a Garnett \$2000 en concepto de licencia por la utilización de la foto de Meiselas.

La disputa surgida entre Garnett y Meiselas acabó con la renuncia de ésta a sus demandas, pero este caso puso el dedo sobre la llaga en torno a muchos aspectos, y muy complicados, que rodean a la digitalización como parte integrante de nuestra actual cultura. Una serie de interrogantes éticos requieren nuestra atención: ¿Dónde se trazan las fronteras de la creatividad? ¿Qué derecho moral puede aducir cada una de las partes para reivindicar su obra? ¿Es posible en general considerar las

imágenes digitales, la música o las películas de tal manera que se preserve la libertad de expresión, el derecho a citar, de utilizar obras ya existentes para crear otras nuevas y que al mismo tiempo todo ello preserve los intereses de los derechos de autor? Las respuestas sencillas deben ser evitadas y las preguntas no parece que puedan simplificarse o que simplemente desaparezcan por sí mismas. La dimensión más interesante del *Joy War* [Guerra por placer] —que es como llegó a calificarse la controversia entre Garnett y Meiselas— quizás no sea tanto el respectivo punto de vista de ambas, sino lo que ocurrió con *el Hombre del cóctail Molotov* por medio de *Rhizome*. Con relación a este aspecto aparecieron versiones alternativas apoyando a Garnett casi orgánicamente: en una, Britney Spears sujeta una botella de Pepsi-Cola ardiendo, en la otra el Hombre del cóctail Molotov se ha transformado en dos mediante una duplicación siguiendo el modelo de una especie de test Rorschach. Quizás la lección más obvia que se pueda sacar de la «Guerra por placer» sea precisamente esa independencia que la imagen parece poseer tanto respecto al fotógrafo como al artista. Al final ni Garnett ni Meiselas tienen mucho que ver con el destino de Hombre del cóctail Molotov, que, para bien o para mal, vive ahora una vida propia en internet.

5. La cultura de participar y compartir

Cuando Garnett se dirigió a *Rhizome* con sus problemas hizo exactamente lo mismo que tantos otros hacen hoy en día: se sirvió de internet para buscar respuestas a sus preguntas, debatir y compartir sus experiencias. Henry Jenkins ha dado el nombre de «participativa» a la cultura que surge de la digitalización y de la tecnología de la información. No cabe duda de que esta cultura forma parte de la cultura popular. Como lo demuestra Jenkins y otros investigadores, y lo que caracteriza a ésta no es la pasividad sino todo lo contrario: la participación, el compromiso y hasta la propia creación activa. Los aficionados redactan historias alternativas a *La Guerra de las Galaxias* y *Lost*, crean nuevos guiones o mejoran los que no les satisfacen. De esta manera se encuentran envueltos en un no del todo sencillo dar y tomar con las empresas mediáticas. En su libro *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* [La cultura de convergencia: donde chocan los medios convencionales con los

nuevos] (2006), Jenkins da varios ejemplos de las culturas participativas. Todas las páginas web, los proyectos y grupos que han brotado por doquier, como reacción a los libros de Harry Potter son representativos de la productividad de esta cultura. Asimismo, las páginas web como *The Daily Prophet* muestran con toda claridad cómo jóvenes y adultos hacen uso de internet para conversar sobre literatura y lecturas, como un lugar de encuentro para probar identidades y, quizás lo más importante, como un canal donde dar rienda suelta a la creatividad propia (Jenkins, 2006: 169-205).

La cultura participativa guarda relación con lo que yo llamaría «la cultura de compartir». Esta se define en parte por foros populares como *You Tube*, *Flickr*, *Facebook* o *DeviantArt* que posibilitan la comunicación y que el material propio (o el de otros) sea compartido. Pero esta cultura también juega un papel muy importante en el desarrollo de las infraestructuras en la Sociedad de Información y, a mi juicio, representa una tendencia actual que es crucial tanto para la cultura como para la ciencia. Aquí la palabra clave es *Open (Abierto)*, y la importancia de compartir es el principio básico de un movimiento cuyo ejemplo más ilustrativo es *Open Source* o Fuentes de Código Abierto. Lo que define a este Código Abierto es precisamente que tiene que seguir estando abierto, es decir, ser de libre acceso. A diferencia del software protegido por los derechos del autor, donde es imposible entrar a manejar el código fuente para mejorar el rendimiento del programa (otra cosa sería ilegal), las Fuentes de Código Abierto se basan en el principio opuesto: está permitido seguir trabajándolo y mejorándolo con la condición de que estas mejoras del sistema permanezcan abiertas para que otras personas puedan seguir desarrollando el programa. Está basado, pues, en la idea del beneficio común a través de la interacción.

Otro área central de la cultura de compartir atañe especialmente a la investigación y los estudios superiores. *Open Access* o modelos de publicación (especialmente en las revistas científicas) que den libre acceso a la investigación a través de internet, constituyen un principio cuyas directrices están plasmadas en la *Declaración de Berlín sobre el Acceso Abierto a los Conocimientos en Ciencias y Humanidades*. Tanto el Consejo Científico como la Real Academia de Ciencias de Suecia la suscriben. Otro gran apoyo al libre acceso en investigación y educación surgió cuando, en febrero de 2008, la Facultad de Artes y Ciencias de

la Universidad de Harvard inició la política que para los científicos de ese centro era obligatorio, no opcional: hacer accesibles sus artículos a través de archivos de *Open Access*.⁹ Otra aportación importante es *Open Educational Resources*, ejemplificada por la muy exitosa decisión de MIT (Massachusetts Institute of Technology) de dar acceso libre a sus planes de estudios y a las alrededor de 1800 conferencias de sus cursos a través de *MITOpenCourseWare*. Este servicio atrae las búsquedas de los alumnos y mantiene a la MIT encumbrada en las privilegiadas primeras posiciones de las listas de ranking que tanto abundan en el mundo de los estudios superiores. La cultura de compartir se podría ver, al menos en parte, como una reacción al ambiente cada vez más duro en lo que a la propiedad intelectual se refiere. Sin embargo, el movimiento *Creative Commons* (Comunidades creativas) es el ejemplo más exitoso y el que más atención ha obtenido. Es un sistema que quiere fomentar el uso de los materiales protegidos por los derechos de autor a través de licencias y que se rige por el axioma de «algunos derechos reservados» en lugar de «todos los derechos reservados».

Aunque existen notables diferencias y tensiones entre los representantes y agrupaciones de la cultura a la hora de participar y compartir, todas sus páginas web, *comunidades* y organizaciones, indistintamente de si se refieren específicamente a la cultura o la ciencia, ilustran el fenómeno que se suele denominar *Web 2.0*. Este término ha llegado a identificarse con la segunda generación de internet, orientada precisamente hacia los participantes y los usuarios para quienes el modelo es el blog.¹⁰ A primera vista puede parecer que *Facebook* no tenga nada que ver con *Open Access* pero resulta que uno de los ejemplos de desarrollo más interesantes de los procesos globales que vengo describiendo es que la tecnología para la participación activa de la cultura popular también influye en la producción misma de conocimientos y ciencia. El mejor y más conocido ejemplo, la enciclopedia *Wikipedia*, creada colectivamente, ilustra muy bien la función de un *wiki* de permitir la intertextualidad. Hay otros fenómenos *Web 2.0*, como por ejemplo el *del.icio.us*, que

⁹ Véase «Harvard Faculty Adopts Open-Access Requirement», en Guterman, «Celebrations and Tough Questions».

¹⁰ Para una exposición del fenómeno de *Web 2.0* véase O'Reilly «What is Web 2.0».

ha abierto nuevas posibilidades para la difusión del software cultural. El resultado son las *populonomías* que, al contrario de lo que pasa con las taxonomías tradicionales de expertos, son sistemas de clasificación y organización generadas desde abajo. Debido al interés suscitado por el hecho de que el libre acceso, y las posibilidades de colaboración con recursos internacionales, se han creado nuevos modelos también para las empresas; en los últimos años se vienen publicando una serie de libros con títulos como [*Wikonomics Wikonomics*] de Don Tapscott y Anthony D. Williams (2006) o [*Wisdom of the Crowds [La sabiduría de las masas]*] de James Surowiecki (2004). Este último diserta sobre las ventajas económicas de los sistemas abiertos y los riesgos que conllevan los recursos intangibles demasiado controlados.

6. Nuevas palabras clave

En 2005 se publicó el libro *New Keywords: A Revisited Vocabulary of Culture and Society* [*Nuevas palabras clave: un vocabulario revisado de cultura y sociedad*]. Tal como se desprende del título, es una especie de diálogo con *Keywords* de Williams, publicado por primera vez en 1976. Ese año se aprobó una nueva Ley de la propiedad intelectual en los Estados Unidos que pretendía incorporar y llegar a buenos términos con una nueva tecnología que había tenido unas consecuencias enormes para la distribución, el consumo y la producción de cultura y ciencia: la fotocopiadora. 30 años más tarde esta máquina habría sido, si no sustituida, al menos superada por el ordenador e internet. Y hay que añadir que el mundo, a principios del siglo XXI, a nivel global, se encontraba unido tanto cultural como económicamente de una manera que no se podría haber anticipado a finales de los años setenta. Era evidente que una actualización del clásico de Williams debía incluir términos nuevos. Naturalmente la palabra *Culture* [*Cultura*] permanece y ha seguido expandiéndose por medio de prefijos nuevos como «cyber» y «nano». Además, se ha consagrado como ámbito de estudio en *Cultural Studies* [*Estudios culturales*] y ha llegado a designar una forma muy especial de capital (Bennett y otros, 2005: 63-69). Pero obviamente también han aparecido una serie de palabras que no existían en el original: *Gender* [*Género*], *Race* [*Raza*], *Celebrity* [*Celebridad*], *Other* [*Otro*] y, muy a

propósito de mi razonamiento, *Copy* [*Copia*]. «Copiar» es, como ya vengo exponiendo en este texto, una parte integral de la cultura y de la globalización. La palabra no suena muy bien y la razón es que la idea de la creación artística que seguimos acarticiando está sometida al influjo de la idea romántica sobre la estética de la originalidad y su relación con la propiedad. Al mismo tiempo, históricamente hablando, copiar no es precisamente un fenómeno nuevo, ni cuando se refiere a la tecnología ni tampoco referido a la creatividad. La globalización y la digitalización han creado una nueva base para cómo se produce, distribuye y consume la cultura y la ciencia. Aquí encontramos tendencias que perjudican la creatividad pero también movimientos importantes que favorecen lo contrario. Los significados cambian y asimismo las percepciones. Tanto en la teoría como en la práctica, nuestra comprensión y nuestras respuestas a los complicados movimientos deben bienintencionadamente, al igual que en el encuentro entre el *Keywords* antiguo y nuevo, tener forma de diálogo, no de monólogo, ser accesibles y no cerradas.

7. Referencias bibliográficas

- BENKLER, Yochai: «Freedom in the Commons: Towards a Political Economy of Information.» *Duke Law Journal* 52 (2003): 1245-76.
- BENNETT, Tony; LAWRENCE, Grossberg y MEEGAN Morris. *New Keywords: A Revised Vocabulary of Culture and Society*. Malden, Mass.: Blackwell, 2005.
- Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities* <http://oa.mpg.de/openaccess-berlin/berlindeclaration.html>
- Boyle, James. *Stamans: Software, & Spleens: Law and the Construction of the Information Society*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1996.
- BROWN, Michael F. *Who Owns Native Culture?* Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2003.
- CASTELLS, Manuel. *The Rise of the Network Society*, Vol. 1 en *The Information Age*:
- Economy, Society and Culture*. Malden, Mass.: Blackwell, 1996.
- Foucault, Michel. «What Is an Author?» en Paul Rabinow (ed.) *The Foucault Reader*. New York: Pantheon, 1984.
- GARNETT, Joy y Susan Meiselas. «On the Rights of Molorov Man: Appropriation and the Art of Context.» *Harpers Magazine*, febrero de 2007. Accessible en: <http://www.firstpulseproject.net/joywar.html>.
- GUTERMAN, Lila. «Celebrations and Tough Questions Follow Harvard's Move to Open Access.» *Chronicle of Higher Education*, 21 de febrero de 2008. Accessible en: <http://chronicle.com/temp/email12.php?id=WzndFcs5w3yfWNvPnpSvCt4Wcghb43g>
- «Harvard Faculty Adopts Open-Access Requirement.» *Chronicle of Higher Education*, 12 febrero 2008. Accessible en: <http://chronicle.com/news/>

