

Instituto de Investigaciones Gino Germani

VII Jornadas de Jóvenes Investigadores

6, 7 y 8 de noviembre de 2013

Mariano Wiszniacki

(Facultad de Ciencias Sociales, UBA)

Correo electrónico: marianwis@gmail.com

Eje 4: Producciones, Consumos y Políticas estético-culturales. Nuevas tecnologías.

Título de la ponencia: La problemática de las regulaciones sobre derecho de autor ante las nuevas tendencias de la convergencia. Transmedialidad y copyright.

El presente trabajo buscará analizar las transformaciones que se suceden en las nociones sobre derechos de autor, derechos de reproducción y derechos conexos en el marco del funcionamiento actual de los medios audiovisuales. La hibridación que dichos medios hoy manifiestan, con la correspondiente transformación de sus tareas, oficios, lógicas, rutinas productivas junto a una participación activa de los públicos, ya puestos en el lugar de productores activos y no meros consumidores, obligan a revisar cómo se regulan los derechos de autoría, exhibición y distribución de los productos de la cultura masiva. Se trabajará, entonces, sobre la noción de *narrativas transmedia* como eje vertebrador de la problemática, entendiendo que en la instancia en la cual nos encontramos, la producción para los diversos dispositivos (TV, sitios webs, redes sociales, teléfonos móviles) supone la complementariedad e integración de los materiales desarrollados para esos soportes y no la mera adaptación a ellos, como suponía la lógica multimedia.

En ese panorama, si desde que se masificaron las tecnologías comunicacionales digitales en la década del noventa la problemática del derecho de autor forma parte de las agendas de los Estados, de las organizaciones sociales y de las corporaciones asociadas a las industrias culturales, las nuevas lógicas de funcionamiento de los medios dificultan más aun los intentos por controlar la libre circulación de las obras culturales a partir de la aplicación de regímenes restrictivos de propiedad intelectual.

Para dar cuenta de ese objetivo general se realizará una breve contextualización que permita comprender la conformación de un nuevo modo de desarrollo informacional con las correspondientes modificaciones en el escenario de los medios audiovisuales y las industrias de las telecomunicaciones e informáticas. Así, se describirá el concepto de convergencia en sus distintos niveles, con el objeto de precisar sus alcances y límites en el plano económico, regulatorio y tecnológico y se focalizará en una caracterización de la convergencia mediática, las transformaciones que ha generado en el funcionamiento de los medios audiovisuales, las industrias culturales y del entretenimiento en relación con sus públicos y sus formas de producción.

Asimismo, este texto requerirá explicitar las dificultades que generan los sistemas de derechos de autor y copyright a nivel mundial a partir de dichas transformaciones operadas en el accionar de los medios, pretendiendo hallar las razones por las cuales a

partir de sus nuevas lógicas—tales como la denominada *Transmedia*— se agrava aún más el intento de sostener la noción de autor como individuo único creador y original. Por el contrario, huelga conjeturar que ante las modificaciones que las tecnologías comunicacionales digitales y su apropiación social generaron, resultará cada vez más difícil el control sobre la autoría y reproducción de las obras culturales en los términos que el copyright establece en la actualidad.

1. La convergencia y sus determinantes históricos

La convergencia de medios y soportes es un proceso que tiene más de treinta años y que no es el resultado casual de una combinación de inventos técnicos, sino un producto de planificaciones estructurales emprendidas desde los Estados desarrollados desde mediados de la década del setenta. Si la crisis petrolera del 73-75 produjo una caída de la tasa de ganancia del capital y un ahogamiento del proceso de producción fordista, basado en la producción en serie de bienes tangibles (Cfr. Anderson, 1999), los países industrializados elaboraron desde ese entonces caminos de salida para esa problemática. Así, algunos informes prospectivos desde mediados de la década del setenta reconocieron la necesidad de un nuevo modo de desarrollo basado otras fuentes que las del modelo fordista (Cfr. Nora-Minc, 1980). La información, noción que venía empujando desde ciertos ambientes académicos desde la década del cincuenta¹, empezó, hacia fines de los setenta a ser conceptualizada como motor de la producción. Así, esta modalidad de desarrollo emergente implicaba un nuevo modo de organización socio-técnica, descrita con claridad por Manuel Castells (1995), con un impacto determinante en las modalidades de producción, así como de gestión de las organizaciones públicas y privadas. Esto se visualizó, primeramente, a partir de la aplicación de tecnologías info-comunicacionales a procesos de producción propios de un estadio previo, como podrían ser las industrias de bienes tangibles (el caso del Diseño Asistido por Ordenador en la industria automotriz es ilustrativo). Se presentó, además y en segunda instancia, a partir del surgimiento de un capitalismo de servicios, finanzas y apropiación de bienes inmateriales cuyo eje estaba centrado en la noción de información y conocimiento como insumo y como producto (*Op.cit*). Este pasaje que se produjo, no naturalmente sino de modo planificado en los países industrializados

¹ Para ampliar sobre estas cuestiones ver Breton, P. (2000). *La utopía de la comunicación: El mito de la Aldea Global*. Buenos Aires: Nueva Visión y Rodríguez, P (2007). El signo de la sociedad de la información. De cómo la cibernética y el estructuralismo reinventaron la comunicación. En *Revista Question*, N° 14.

hegemónicos desde mediados de la década de 1970, hacia la concreción del proyecto de *Sociedad de la Información*, estuvo fuertemente articulado con cambios en el aparato y funciones de los Estados, así como una mundialización de la economía y de la cultura realmente novedosas (Cfr. Mattelart, 2002).

En resumen, entonces, se produjo una articulación de cuatro niveles: por una parte, transformaciones de los Estados en clave neoliberal (desregulación de mercados, privatización, reducción de las funciones estatales sólo a garantizar salud y educación, nueva relación Estados-sociedades); en segundo término, una mundialización de la economía que tenía epicentro en el funcionamiento de esas tecnologías comunicacionales y que facilitaba la descentralización de la producción; en tercer lugar, transformaciones organizacionales a nivel empresarial/productivo/laboral (comúnmente denominado toyotismo); y finalmente, pasaje de un capitalismo de producción a uno de servicios, financiero y de apropiación de bienes intangibles (culturales, inventos técnicos, semillas, propiedad intelectual en general).

En todo este proceso, entonces, tecnologías comunicacionales que, desde la segunda guerra mundial venían desarrollándose restringidas a ámbitos militares (desde la telefonía celular a internet, de la identificación por radiofrecuencia a las grandes computadoras) lograron hacer su pasaje, desde la década del ochenta, hacia marcos civiles. En esa secuencia, claro está, el despliegue técnico jugó un rol clave. Para que se logre esa masificación de las tecnologías comunicacionales fueron necesarias una miniaturización de los dispositivos, homogeneización de los lenguajes técnicos y formalización de los protocolos de comunicación que se dieron hasta arribados los noventa.

2. La convergencia y sus niveles

El concepto de convergencia tal como lo proponen algunos autores (Cfr. Becerra, 2000) supone la articulación de industrias como las telecomunicaciones, la informática y los medios audiovisuales que, previamente a la década del ochenta, operaban con lógicas tecnológicas, financieras, regulatorias, de consumo y distribución divergentes. La digitalización de señales abrió el paso para reducir el uso de las líneas o canales a través de los cuales circulaban esos datos, de tal modo liberar espacio y facilitar su transferencia. A partir de allí, audio, imágenes, datos podían circular por los mismos canales.

Podemos afirmar, entonces, que existirían distintos niveles de la convergencia. Por una parte, una convergencia tecnológica que permite –a partir de la digitalización- una integración de soportes. En otros términos, si antes la TV circulaba por el radioespectro y la telefonía por el cable –por sólo citar un caso- esto se modifica y por una misma vía de comunicación podemos emitir y recibir voz, datos, video.

Un segundo nivel de la convergencia es la que tiene impacto en la concentración de mercados. Esa misma integración de soportes tecnológicos, potenció las tendencias ya de por sí concentradoras de los mercados de las telecomunicaciones, los medios audiovisuales y todas sus industrias conexas. Así, desde mediados de los noventa se produjeron por un lado alianzas, fusiones y, a su vez, también fuertes competencias entre sectores antes separados como los mercados concentrados de telefonía y medios audiovisuales (Cfr. Bustamante, 2003; Miège, 2006). Un tercer plano es el de las regulaciones, históricamente diversas para la telefonía y para la, entonces denominada, radiodifusión. Esa diversidad histórica ha dificultado la posibilidad de regular conjuntamente para ambos mercados. Mientras que las telecomunicaciones buscan garantizar el acceso universal y regulan sobre infraestructuras, los medios audiovisuales tienen una regulación por contenidos. Al estar tan imbricados –la separación entre ambas industrias es hoy más una cuestión conceptual y analítica que manifiesta- las regulaciones se hacen cada vez más complejas. Asimismo, esa organización de estas industrias en grandes corporaciones concentradas además de impedir y dificultar la competencia, complican u obturan la aplicación de reglamentaciones (ver caso de la Argentina y la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual). Para el caso de Internet, las complicaciones regulatorias son mucho más profundas aun, ya que no se logra resolver su especificidad para determinar bajo cual modalidad debería regularse (Cfr. Kurbalija-Gelbstein, 2005).

3. La convergencia mediática

Ocurre, sin embargo, que esa distinción en niveles no agota el análisis sobre la noción de convergencia. Henry Jenkins sostiene que la convergencia es:

“el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento”. (Jenkins, 2006: 14)

Según este autor implica un cambio cultural, pues anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos dispersos. Se produce una nueva interacción entre *viejos* y *nuevos* medios, lejos del discurso *discontinuista* que planteaba que los viejos medios iban a ser desplazados por los nuevos. En esa interacción, un teléfono móvil *inteligente* es hoy el paradigma de la convergencia mediática en tanto permite además de la transmisión de voz, textos, música, cámara fotográfica, descarga de contenidos multimedia, radio, navegación, chats y televisión digital. Esto modifica la forma de producir materiales audiovisuales. Las narrativas, los tiempos, los modos de producción de series, telenovelas, videojuegos y producciones cinematográficas y hasta sus estrategias de estreno mutan. En esta convergencia mediática y-separándonos de la discusión acerca sobre *nuevos* y *viejos* medios- se producirían dos tendencias aparentemente adversas. Por un lado, las tecnologías informacionales digitales han abaratado los costos de producción, distribución y circulación de los contenidos. La copia, tal como sostiene Boyle “es la condición sine qua non de la transmisión y el almacenamiento” (Boyle, 2003: 13). Copiar no tiene costo con las tecnologías digitales. Todo esto ha facilitado el desarrollo de capacidades de los consumidores/usuarios, antes supuestas audiencias pasivas-receptivas, para almacenar, transportar, pero también producir, editar, mezclar e incluso apropiarse de los contenidos producidos por el *mainstream* de la industria cultural y resignificarlos. Surgen entonces dos nociones. Por una parte, el concepto de *cultura colaborativa* para referirse a lo que ocurre desde la masificación de las denominadas redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras), las plataformas como Youtube, los Blogs y las herramientas como las Wikis (Wikipedia como ejemplo máximo). Por otro lado, la categoría de prosumidores que vendría a reemplazar la de las audiencias pasivas-receptivas, la cual supone habilitar el lugar de sujetos activos, productores de contenidos a los usuarios y consumidores de medios. Asimismo se manifiesta una tendencia contrapuesta. Se trata del crecimiento de la concentración de la propiedad de las industrias culturales, así como las de telecomunicaciones y conglomerados multimediáticos (Jenkins, 2006). Un conjunto limitado de compañías hegemónicas dominan la industria del entretenimiento y atraviesan desde las telecomunicaciones a las infraestructuras de redes, de las industrias del hardware a las del software, de las industrias culturales clásicas (fonográfica, librera) a la televisiva y/o cinematográfica y, desde hace unos años a las compañías *made in Internet*, como el caso Google. Esto hace que, lejos tanto de las visiones alegóricas como de las pesimistas, nos encontremos ante

un proceso tanto articulado desde arriba hacia abajo como dirigido por los consumidores. Se percibe una disputa entre intentos de ampliar la participación y la diversidad con la construcción monolítica que las industrias concentradas pretenden establecer sobre estos nuevos espacios. Todo esto no significa, vale destacarlo, dejar de reconocer el peso de los medios en su formato más “clásico” tienen para establecer las agendas. Las mayores posibilidades de visibilización de personas, discursos y productos que estas herramientas facilitan no garantiza la pluralidad. Sigue existiendo una jerarquización de la información que está fuertemente determinada por lo que producen los medios “tradicionales”.

De cualquier modo, se produce sí, una alteración de la lógica con la que operaban hasta hace no demasiado las industrias mediáticas y con las que procesaban la información y el entretenimiento los consumidores; alteración sobre la cual es preciso hacer foco.

4. Algunas tendencias en los medios a partir de la convergencia

Este panorama en apariencia contrapuesto entre la participación de los usuarios en la producción audiovisual y en esa denominada *cultura colaborativa* y las tendencias concentradas de las industrias info-comunicacionales permiten observar un escenario con algunas características que resumiremos brevemente a continuación.

a) **Ruptura del audiovisual continuo y la temporalidad del consumo:** con la convergencia de medios y soportes ya no se precisa estar esperando para consumir programaciones organizadas por las cadenas de TV, porque pueden ser recepcionadas vía streaming en Internet en el momento en el que el consumidor lo desee. La grilla de programación de los canales de televisión encuentra un nuevo competidor que lo obliga a repensar, incluso, sus estrategias poner al aire sus productos.

b) **Desintermediación y desmaterialización:** si bien, este es un concepto discutido, en algunas industrias se puede ver un proceso de caída de la intermediación que las industrias producían previo a esta convergencia, así como la desaparición de los soportes materiales para la distribución de la cultura. Esto se advierte más en la industria fonográfica que en la editorial, a pesar de que los discursos proféticos de principios de los noventa auguraban una desaparición del libro físico. Las prácticas del filesharing, del download y de las plataformas Peer To Peer (P2P) marcan el camino, a la vez que surgen tecnologías que facilitan la grabación, la edición y mezcla, además de

las plataformas para difundir a los artistas (Myspace, Bandcamp, entre otros) o incluso para consumir música (Grooveshark por ej.).

c) **Portabilidad:** la movilidad es la forma característica del consumo de medios en la actualidad. La portabilidad de los teléfonos celulares *inteligentes* rompen con el lugar central que se suponía iban a ocupar las computadoras en la Sociedad de la Información. Esto obliga a un consumo constante de medios que, asimismo, y en alguna medida parece ayudar a romper con la división ocio-trabajo. Se consume medios mientras se trabaja y viceversa.(Cfr. Carlón y Scolari, 2009)

d) **Ubicuidad mediática:** la conectividad que facilitan las redes inalámbricas junto a la masificación cada vez mayor de dispositivos móviles, garantizan una hiperconectividad y una presencia constante de los materiales producidos en y por los medios en las vidas cotidianas.

d) **Incremento de las interacciones sociales:** la aparición de medios como las redes sociales implica por un lado una visibilización de actitudes privadas y por el otro un incremento notable de las interacciones sociales virtuales.

e) **Del broacasting al narrowcasting:** asistimos a una transformación de la relación punto-masa de los medios audiovisuales para con sus públicos hacia la conformación de múltiples emisores y múltiples receptores (*Op.cit*)

4. Del multimedia a las narrativas transmedia

Si la característica de los medios desde la incorporación de lo digital hasta este desarrollo de la *cultura colaborativa* tenía que ver con la multimedialidad –es decir la adaptación de un mismo contenido a múltiples soportes o dispositivos-, la transmedialidad, a partir de la intervención de los prosumidores y el reconocimiento de los medios audiovisuales de la *narrowcastización*, marca un cambio de rumbo. La noción de *narrativas transmedia* supone pensar una estrategia complementaria de diversos medios y soportes para construir un relato u historia ficcional de manera convergente. Cada medio, sostiene Jenkins (2003) “hace su propia contribución para la comprensión de la historia”, por lo que el aporte que cada uno de ellos hacen difiere del que hacen los otros. Agrega Carlos Scolari que las narrativas transmedia:

son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). Las NT (narrativas transmedia) no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la microsuperficie del dispositivo móvil. Una estrategia tradicional de las empresas de comunicación se basaba precisamente en desarrollar la misma historia en diferentes medios o lenguajes, por ejemplo la trilogía *El Señor de los Anillos* de J. R. Tolkien —llevada al cine por Peter Jackson con un gran respeto por los textos originales (...) cuando se hace referencia a las NT no estamos hablando de una adaptación de un lenguaje a otro (por ejemplo del libro al cine), sino de una estrategia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes. De esta manera el relato se expande, aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción. Esta dispersión textual que encuentra en lo narrativo su hilo conductor —aunque sería más adecuado hablar de una red de personajes y situaciones que conforman un mundo— es una de las más importantes fuentes de complejidad de la cultura de masas contemporánea” (Scolari, 2013: 24-25)

En las narrativas transmedia los usuarios, ocupando ya el lugar de prosumidores, participan desarrollando parodias que suben a Youtube, cambian finales de las historias de una serie televisiva o participan colectivamente en la elaboración de re-versiones de esos relatos ficcionales (Igarza, 2012).

5. El derecho de autor frente a las transformaciones de la convergencia

Frente al panorama de los medios antes descrito, los regímenes de regulación del derecho de autor y derecho de copia (copyright) tal como funcionan en la actualidad merecen ser sometidos a discusión pública. Es claro que, desde la diseminación de las tecnologías info-comunicacionales digitales durante últimos veinte años, la problemática de los mal denominados sistemas de Propiedad Intelectual se ha instalado en las agendas públicas y mediáticas. De todos modos, si bien podemos rastrear relaciones intensas entre el desarrollo de las tecnologías comunicacionales, la conformación de industrias culturales y las reglamentaciones en materia de derecho de autor, el pasaje de lo analógico a lo digital y la diseminación de las tecnologías actuales han marcado un antes y un después en el modelo de negocios de esas industrias de la cultura masiva. La reducción a casi cero del costo de copiar a partir de la masificación

de los dispositivos de funcionamiento digital puso en jaque el monopolio sobre la reproducción que tenían antes grandes corporaciones durante la *era analógica* dados los altos costos de inversión que demandaba la copia (Chaparro, 2007).

Desde ese momento, estas industrias han luchado incansablemente para detener, controlar o sancionar (incluso penalmente) esa novedad que las tecnologías comunicacionales permiten que es la posibilidad fáctica de garantizar la libre circulación, distribución y exhibición de las obras culturales. Así, han incorporado formas de controlar –so pretexto de fomentar “la protección del derecho de autor como incentivo para la creación literaria y artística”² - la reproducción de las obras digitales, tal es el caso de los Tratados de la OMPI sobre Derechos de Autor (WCT) y sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT), la incorporación de las discusiones sobre propiedad intelectual en el marco de los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (Cfr. Lypsic, 2004) o la sanción de leyes penales que sancionan aquel que vulneren los mecanismos para controlar la reproducción de obras digitales, comúnmente denominados DRM (Digital Rights Management), tal el caso de la Digital Millennium Copyright Act de los Estados Unidos (Lessig, 2005).

Además de la dificultad de garantizar el derecho a mantener control sobre cómo se distribuye una obra (cuyos derechos patrimoniales de copia suelen estar en manos de las empresas de la cultura masiva y no de los autores), lo cierto es que en la convergencia mediática resulta difícil de sostener la misma noción de autor. Ante las hibridaciones expresivas y las mixturas que esta *cultura colaborativa* a la que nos venimos refiriendo permiten y potencian haciendo uso de tecnologías comunicacionales digitales, pensar a los derechos de autor como “aquellos que se le conceden a éste sobre su obra, nacidos en su labor creativa, al expresar con originalidad el fruto de su espíritu” (Emery, 2009: 2) parece insuficiente. En otras palabras, ¿dónde reconocemos integridad y paternidad de una obra en productos comunicacionales donde opera la remezcla o la transmedialidad? Y en todo caso, ¿es necesario que sea reconocida la paternidad de una obra o se requiere facilitar la elaboración de obras derivadas cual garantiza el modelo de licenciamiento que tiene origen en la militancia del Software Libre? Por otro lado, en las narrativas transmedia y en otros productos de este estadio de la convergencia, caso las herramientas colaborativas tipo wikis, establecer un control restringido únicamente a

² Ver Prámbulo del Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT). Disponible aquí: http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=295167

las industrias culturales sobre la forma de uso, distribución y modificación de las obras no sólo se aventura como poco posible sino hasta parece, hoy en este momento de la cultura, estar lejos de fomentar “las artes y las ciencias” como reconocía la cláusula del progreso de la Constitución norteamericana.

La ruptura del broadcasting y la llegada de múltiples emisores y múltiples receptores, con todas las contradicciones que ese proceso genera, complejiza también algunas aproximaciones teóricas a las fuentes de justificación de los derechos de propiedad intelectual como modo de fomentar una cultura más justa, atractiva, democrática (Fisher, 2001)³. No pareciera ser que, tal como está planteado el panorama de las regulaciones sobre derecho de autor (nuestro país es un caso testigo), faciliten ni promuevan alguna forma de democratización de la cultura.

6. Conclusiones breves

Este trabajo se ha propuesto como objetivo indagar acerca de la articulación existente entre las transformaciones ocurridas en los servicios audiovisuales a partir de la convergencia y la problemática del derecho de autor y derecho de copia. En este sentido, hemos esbozado una caracterización muy breve y no definitiva sobre algunas de las formas que asume la comunicación mediatizada a partir de la presencia masiva de Internet, así como de dispositivos técnico-comunicacionales como los teléfonos inteligentes. Las nociones de prosumidor y de cultura colaborativa atravesaron esa descripción, tratando de dar cuenta, por un lado, de la aparición de un fenómeno ciertamente novedoso en la historia de las tecnologías comunicacionales como es la participación activa de los públicos; mientras que, por otra parte, no hemos dejado de advertir cómo esta novedad se articula, en el espacio de la convergencia, con un mayor incremento de la concentración de los mercados de las telecomunicaciones, los servicios audiovisuales y los informáticos. Asimismo, y pareciera que ambas cuestiones están íntimamente ligadas, esas dos tendencias aparentemente contrapuestas han dado lugar a nuevas particularidades como son las *narrativas transmedia*, lugares en los cuales el que relata no es ya el medio, o no lo es solamente, y se incorporan –además- nuevos participantes a elaborarlo, a complementarlo, a resignificarlo.

³ Traducción al castellano: Evelin Heidel para el seminario Copyright/Copyleft. Debates sobre la cultura libre y el acceso al conocimiento en la era digital, Facultad de Ciencias Sociales (UBA), 2011

Parece ser que, a la vez que estas tendencias se acentúan, en sentido contrario se intensifican los intentos de las corporaciones de la industria cultural de conservar ciertas lógicas de funcionamiento que, en alguna medida, parecieran estar en decadencia. Así, en el escenario de la regulación sobre derechos de autor y copyright mantienen su convicción de operar sobre mayores controles y restricciones, buscando atesorar ese monopolio sobre la copia y la distribución que mantuvieron tiempo atrás cuando funcionaban únicamente las tecnologías analógicas.

La problemática sobre los derechos culturales y su contraposición con los derechos de los autores (y de las industrias culturales) se encuentra hoy más que nunca en debate. Es necesaria una discusión profunda acerca de qué es ser un autor y cuáles deben ser los límites que los titulares de los derechos de explotación de una obra deben tener en la determinación de las formas de uso, distribución y modificación de ellas en el panorama de las tendencias de la convergencia mediática que éste trabajo ha intentado desmenuzar. La hibridación, la remezcla, la producción colectiva de información y productos culturales que la apropiación social de las tecnologías info-comunicacionales actuales ha generado, demandan agudizar el ingenio para repensar estrategias que den cuenta de la imposibilidad de seguir pensando a la obra a proteger legalmente como resultado de una expresión personal, original y novedosa.

Exponer cada vez mejor estas tendencias de la convergencia mediática, podemos suponer, contribuirá a visibilizar más la falta de legitimidad del marco legal actual sobre derechos de autor y copyright. Tal como afirma Beatriz Busaniche:

“al mismo tiempo que Internet aparece como la promesa de acceso masivo a cultura, el quiebre de la noción de autor y un desplazamiento tecnológico de las formas de construir conocimiento y generar prácticas de acceso más amplio, la reivindicación del derecho de autor desde la perspectiva comercial aparece más viva que nunca”
(Busaniche, 2010: 11-12):

Si las estrategias de las licencias copyleft pretenden facilitar la circulación de la cultura saltando las restricciones que imponen las industrias concentradas, es preciso poner en el tapete también el mismo concepto de autor ante la perspectiva de la diseminación de las tecnologías digitales y sus posibilidades comunicacionales.

Bibliografía

Anderson, P. (1999). Neoliberalismo: un balance provisorio en *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*, Sader, E. y Gentilli, P. (comps.). Buenos Aires: CLACSO-EUDEBA.

Becerra, M. (2000). De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso social inconcluso. En *Zer* n°8. P.93-112.

Boyle, J. (2003), “El segundo movimiento de cercamiento de los bienes comunes”. Traducción de Ariel Vercelli. Disponible en <http://www.arielvercelli.org/blog/documentos/E2MDCYLCDDPBOYLE.pdf>

Breton, P. (2000). *La utopía de la comunicación: El mito de la Aldea Global*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Busaniche, B. (2010). *El ejercicio de los derechos culturales en el marco de los monopolios del derecho de autor. Tensiones, normativas y vigencia de estos derechos en la era digital*. Disponible en: <http://www.vialibre.org.ar/2010/10/11/el-ejercicio-de-los-derechos-culturales-en-el-marco-de-los-monopolios-del-derecho-de-autor/>

Bustamante, E. (comp) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Carlón, M. y Scolari C.A.. (Eds) (2009). *El fin de los medios masivos, el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

Castells, M. (1995). *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial.

Chaparro, E. (2007). Prólogo. En *Monopolios artificiales sobre bienes intangibles*, Córdoba: Fundación Vía Libre.

Emery, M.A. (2009). *Ley de propiedad intelectual*. Buenos Aires: Editorial Astrea

Fisher, W. (2001). “Theories of Intellectual Property Rights”, mimeo. Disponible en <http://www.law.harvard.edu/faculty/tfisher/iptheory.html>

Igarza, R. (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Lessig, L. (2005). *Cultura Libre. Cómo los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*. Santiago de Chile: LOM Editores.

Lipszyc, D. (2004). *Nuevos temas de Derechos de Autor y derechos Conexos en la UNESCO*. UNESCO: Zavalía Editores.

Mattelart, A. (2002). *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona: Paidós.

Miége, B. (2006). La concentración en las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. En CIC Cuadernos de Información y Comunicación vol.11. Madrid.

Nora, S. y Minc. A (1980). *La informatización de la sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Scolari, C.A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto Ediciones.

Secretaría de Cultura de la Nación (2012). *En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.