

Cultura y Procomún en la sociedad red. Desplazamientos desde la Industria Cultural hacia los comunes culturales.

Carlos Escaño.

Doctor en Bellas Artes.

Universidad de Sevilla, España.

jcescano@us.es

INTRODUCCIÓN: INTERPRETACIONES DEL HECHO CULTURAL

Partamos de la siguiente premisa: la actividad cultural siempre permanecerá atada directamente a las condiciones particulares de la existencia de colectivos y comunidades sociales. Janet Wolff lo destaca con claridad, y su visión sobre el sentido social de las obras culturales y artísticas queda explícita al destacar que no son entidades cerradas, “sino producto de prácticas históricas específicas por parte de grupos sociales identificables en unas condiciones dadas, y por tanto llevan el sello de las ideas, valores y condiciones de existencia de esos grupos, y sus representantes en artistas determinados” (Wolff, 1997, p.65).

En este sentido, siguiendo el pensamiento de la autora, se infiere que las ideas sean estéticas o políticas, filosóficas e incluso científicas, así como el conjunto de creencias de una sociedad, están imbricadas junto con sus condiciones de existencia materiales. Las condiciones ideológicas de la cultura implican, en consecuencia, una construcción subjetiva del mismo marco de acción cultural, dependiendo de los actores y situaciones sociales que intervengan en el proceso cultural se derivarán ciertas interpretaciones u otras. Así, se puede —como se ha hecho históricamente— modular y manipular el marco de acción para poder conseguir ciertos resultados, metas o efectos. La ideología se deduce de los medios de producción que se establecen, así como del uso que se les otorga, y por ejemplo, “en una sociedad como la nuestra, donde el poder se basa en la posición económica, y más concretamente en la relación de los medios de producción (aunque de modo complejo y mediatizado), las ideas que tienden a dominar son las de la clase dirigente” (Wolff, 1997, pp.67-68).

Si contextualizamos el pensamiento de Wolff en nuestra actualidad globalizada debemos realizar un ejercicio de análisis cultural que incorpore conceptos como modernidad, modernización, postmodernización y nueva economía. De esta manera, y en esta línea conceptual, se debe tener en cuenta que el desarrollo histórico occidental del progreso emancipador de la cultura, planteado en sus antecedentes más cercanos, nos sitúa en el proyecto moderno, el cual conllevaba

una zancadilla conceptual y subrepticia por parte de las tesis capitalistas. Tesis que anidaron dentro del propio seno de la modernidad, en el núcleo de la burguesía, y posteriormente se disfrazaron con el traje del derrumbe posmoderno de metanarraciones. La coyuntura moderna ya ofrecía los dos modelos básicos de referencia cultural para la contemporaneidad: uno, que concebía la cultura como agente emancipador, que apostaba por el progreso social y del que toda la ciudadanía se beneficiaría; y el segundo, el que concibe la cultura —entendida toda ella como industria cultural— subordinada a la estructura de la nueva economía.

Estas lecturas sobre el hecho cultural podrían funcionar como propuestas paradigmáticas, en un sentido amplio, porque se suponen bases sobre las que se construye para avanzar en el conocimiento. Aunque se puede adelantar que realmente solo una de ellas ha ejercido como paradigma real, visible y hegemónico. Para el desarrollo en la práctica tales propuestas deben apoyarse en marcos jurídicos y, en resumidas cuentas, sirven como reglas del juego sociocultural para todos sus participantes.

El paradigma cultural relacionado con la subordinación capitalista, se basa en lógicas propietarias y una presunta protección de los derechos de autor (estos se erigen como derechos fundamentales). Tal modelo es el que se comporta como paradigma vigente desde un punto de vista oficial: paradigma por definición, porque su núcleo central es aceptado sin cuestionarse y pretende ser el modelo para avanzar (o retroceder) en el conocimiento. Un paradigma, como señalaba Foucault (1999), doblegado con mano de hierro por el capitalismo, en el que parece que existimos demasiado desgastados como para que nazca una cultura no capitalista. Mano de hierro de un sistema que ha evolucionado desde la modernización —donde la producción industrial era el eje socioeconómico— hacia una postmodernización, que asume la creación inmaterial (la información, la comunicación, los afectos y el conocimiento) como motor hegemónico de esa (nueva) economía que articula y decide nuestro ejercicio laboral y las relaciones sociales.

Sin embargo, por otro lado, se puede señalar la existencia de una visión contrapuesta a la que se desarrolla desde la oficialidad cultural, un segundo modelo —un contrapoder— sobre la idea de cultura, apoyado en una defensa de los autores y su derecho al ejercicio de creación artística, pero haciendo hincapié en otro derecho fundamental: el derecho de acceso a la cultura. De una manera estricta no podría calificarse este modelo como tal ni tampoco como marco paradigmático, por varios motivos: en primer lugar, no existe una postura única, clara y definida en contraposición al modelo industrial cultural, y por otro lado, no podría erigirse como paradigma porque la condición para definirlo de esta manera que alude al hecho de la existencia de un núcleo central teórico aceptado de modo incuestionable es contradictoria con sus planteamientos de base, ya que el cuestionamiento crítico y reflexivo habita en sus líneas teóricas y precisamente esa actitud crítica es la que mejor podría definirlo, así como una actitud posibilista para zafarse de aquel desgaste que dificulta el nacimiento de alternativas. Más

que modelo, supone un conjunto de propuestas heterogéneas que se contraponen al discurso oficialista —y se desplazan fuera del mismo—, una visión o lectura de la cultura que pretende estrategias jurídicas más abiertas, centradas en el progreso cultural y facilitadoras de beneficios sociales para con la comunidad.

CONCEPTOS BÁSICOS PARA EL DESARROLLO SOCIO-JURÍDICO DE LOS DISCURSOS CULTURALES

Para una mejor comprensión de ambas visiones culturales, se hace oportuno reseñar y explicar un conjunto de conceptos básicos sobre los que se desarrollan en la práctica los discursos estéticos pertinentes. Ideas como *copyright*, derechos de autor, dominio público o propiedad intelectual serían conceptos que juegan un papel esencial en la elaboración de cualquier discurso socio-jurídico orientado a la ordenación de las relaciones culturales:

• Derechos de autor:

Según el artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948):

2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora (p.8).

Entendemos entonces los derechos de autor como derechos reconocidos *universalmente* a los creadores y a su actividad. Asimismo, como queda recogido en el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, en su enmienda de 1979, queda reservada a las legislaciones (constituciones nacionales y leyes *ad hoc*) de los países de la Unión (actualmente con 164 estados) el desarrollo y protección legal de tales derechos en aras del progreso y la comprensión de la cultura.

De su definición se deduce que los derechos de autor incluyen derechos morales y patrimoniales. Los primeros, según el Convenio de Berna, son los que están ligados a la *paternidad de la obra*; y los segundos, aquellos susceptibles de traducirse en valor económico y relacionados con la explotación de la obra. Se asumen los derechos de autor como derechos de artistas creadores, intérpretes y ejecutantes sobre las obras creadas e interpretadas, así como de los productores de su actividad y los derechos de los organismos de difusión sobre sus medios oportunos.

• Copyright:

Su expresión gráfica es el símbolo © y su traducción literal es “derecho de copia”. El copyright usualmente es tenido en cuenta como la noción anglosajona de los “derechos de autor”. Aunque no deja de ser curioso que este concepto se haya convertido en una especie de sinécdoque, puesto que una parcela de los derechos de autor (el derecho a copia) se ha erigido en sinónimo

del conjunto. Si es obvio que ambas nociones atienden a la propiedad artística y literaria, la primera mantiene su ascendencia del derecho anglosajón y la segunda del derecho continental. No obstante, se pueden establecer diferencias entre ambas y una de las principales es que el objeto de protección del copyright se enmarca en las obras literarias, artísticas, grabaciones sonoras (fonogramas), audiovisuales, etc., es decir, centrado en la obra. Mientras que el objeto de los derechos de autor se relaciona con la protección de las obras literarias y artísticas más los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes (Licea, Collazo y Céspedes, 2002). El copyright circunscribe su competencia a la obra, mientras que la concepción de derechos de autor es más amplia, como se ha reseñado en el epígrafe anterior, se centra en la obra y también en su creador o creadora.

• **Derecho a la cultura:**

Así como los derechos de autor mantienen una fundamentación en los derechos universales, el derecho de participación y acceso a la cultura es sostenido por derechos igualmente fundamentales. La Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) expone en el mismo artículo 27:

1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten (p.8).

El acceso a la cultura debe estar garantizado por ley. Acceder a la cultura no ha de convertirse en un acto privativo, sino en una acción libre de la que todos y todas, por definición, podamos participar.

• **Propiedad Intelectual:**

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI/WIPO):

La propiedad intelectual (PI.) tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio (s.f., ¶ 1).

La OMPI entiende que la propiedad intelectual puede dividirse en dos categorías: por un lado, la propiedad industrial, la cual abarca las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales; por otro lado, el derecho de autor, el cual, como hemos señalado, implica a las obras literarias y artísticas.

• **Dominio Público:**

Dentro del marco de los derechos de autor el dominio público supone la caducidad de tales derechos. Situación legal en la que la obra entra cuando han expirado los derechos de autor

patrimoniales.

Según el Convenio de Berna, en su enmienda final de 1979 y en su artículo 7.1., “la protección concedida por el presente Convenio se extenderá durante la vida del autor y cincuenta años después de su muerte” (OMPI, 1979, ¶ 37).

No obstante, los países partícipes de la unión, y según convenio, pueden regular y ampliar los plazos. En consecuencia, actualmente hay diferentes países con distintos plazos que varían desde 70 a 100 años desde la muerte del autor.

• TRIPS:

Otro concepto que juega un papel crucial en el desarrollo de la propuesta paradigmática de la industria cultural son los acuerdos internacionales denominados TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights): *Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio*. El objetivo de los TRIPS es fortalecer la protección de los derechos de propiedad intelectual. Joost Smiers y Marieke van Schijndel (2008) aclaran sobre tales aspectos que “el punto de partida de los TRIPS es que los países concreten mutuamente qué nivel de protección desean ofrecer a los “poseedores” de los derechos de propiedad intelectual” (p.59). De esta manera, el conjunto de países que participan del acuerdo a nivel global —y que son una amplísima mayoría de los países del mundo— se comprometen a incorporar en su marco legislativo los niveles de protección pactados. Los TRIPS son un buen ejemplo de visualización de la post-modernización: herramienta de articulación de la nueva economía basada en la cosificación de los bienes inmateriales como las ideas y la información.

MODELO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LOS NUEVOS ENCLOSURES

Industria Cultural supone un concepto que aúna campos aparentemente disímiles: por un lado, la acción artística, representante de una de las dimensiones más elevadas del proceder humano; por otro, la empresa y el carácter crematístico, contexto representante de una de las dimensiones *no* tan elevadas del proceder humano. Para una definición más concreta, Ramón Zallo (1992) alude a las industrias culturales como un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales, las cuales son productoras y distribuidoras de mercancías que soportan contenidos simbólicos y, teniendo en cuenta que esos contenidos simbólicos han sido concebidos a partir de un trabajo creativo, tales mercancías, organizadas por un capital determinado, se destinan a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social.

Max Horkheimer y Theodor Adorno, en el artículo “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”(1988), fueron los que enunciaron y a su vez cimentaron el concepto

de *Industria Cultural*, el cual desde su formulación de origen encerraba un carácter crítico respecto a las actividades que se circunscribían bajo esta etiqueta. Para definir el concepto los teóricos de la Escuela de Frankfurt exponían de manera muy gráfica que:

Cada civilización de masas en un sistema de economía concentrada es idéntica y su esqueleto —la armadura conceptual fabricada por el sistema— comienza a delinearse. Los dirigentes no están ya tan interesados en esconderla; su autoridad se refuerza en la medida en que es reconocida con mayor brutalidad. *Film* y radio no tienen ya más necesidad de hacerse pasar por arte. La verdad de que no son más que negocios les sirve de ideología, que debería legitimar los rechazos que practican deliberadamente. Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos (Adorno y Horkheimer, 1944, p.1).

La comercialización de productos culturales *standard* es un efecto propio de tales industrias, las cuales conciben el objeto artístico bajo una perspectiva de capitalismo de mercado y expuesto a la generación de plusvalía. Como ya señalase Sánchez Vázquez (1965), al capitalismo “solo le interesa la obra de arte como objeto de cambio o producto para el mercado y, finalmente, no admite más valor que el que tiene como mercancía, es decir, su valor de cambio” (pp. 194-195). Aunque la novedad que incluyó el desarrollo de las industrias culturales no fue la mercantilización de la propia cultura —puesto que la pintura, la escultura o el teatro ya participaban de tal acción comercial—, ni tampoco la aplicación de ciertos procedimientos industriales a la producción cultural como los vistos en el mundo editorial o en los campos emergentes del cine o la radio; la novedad más clara de las industrias culturales vino de la mano del mercado cultural como forma específica de extensión de la misma cultura, con una producción de cultura de masas y, por otro lado, la aplicación en esta producción de los principios organizativos del trabajo taylorista y postaylorista (Zallo, 1992).

En poco tiempo la expansión de las industrias culturales supuso un nuevo valor para la hegemonía occidental en el mundo, no ya como imperio cultural sino puramente comercial. La cosificación —desde un punto de vista marxista del término— de la cultura necesitaba y sigue necesitando un marco de acción legal para facilitar esa expansión comercial internacional. Un marco legal que potencia una escasez artificial en la generación de productos intelectuales/culturales en aras de un consumo comercial interesado. No deja de ser curioso cómo en un mercado donde los productos culturales y las imágenes como parte de ellos, éstas se hayan convertido no solo en elementos de mercado, sino que la propia imagen y cultura cobra un valor especial para las empresas en general y las empresas culturales en particular: Naomi Klein (2002), en su prolijo trabajo *No-Logo*, describe muy bien cómo se ha transformado el tejido comercial en la medida en la que el eje se desplaza de la venta de los productos hacia la venta de ideas (emociones, imágenes, marcas) que se instalan en la dimensión de la identidad de la persona, la cual hará (y hace) que se genere una venta superlativa de productos asociadas a la misma. La creación visual de una imagen-marca, supone un símbolo y un valor para una mejor producción.

Ramón Zallo (1992) determinó rasgos propios específicos de la industria cultural que les diferencian de otros sectores industriales. De tales rasgos cabe destacar los siguientes puntos claves:

- Las dificultades para objetivar el valor del trabajo creativo.
- La inmaterialidad del contenido.
- La persistencia del régimen de derechos de autor frente al régimen salarial.
- El mantenimiento de la propiedad intelectual por parte de los autores que han enajenado su fijación, reproducción, uso o comunicación pública
- La incertidumbre de una demanda de difícil gestión y que es siempre posterior a una oferta siempre nueva
- La presencia del Estado ya sea como regulador, promotor, financiador o agente directo
- La enorme influencia social en clave ideológica, estética y perceptiva de las industrias culturales.

Para que la expansión de las industrias culturales se haya hecho efectiva, y siga desarrollándose, ha sido necesario asentar ciertos principios jurídicos que se relacionan con la implantación de los derechos relacionados con la propiedad intelectual como base para la industria. Unos permanentes y descomunales esfuerzos no solo para promover nuevas leyes que refuercen la protección del *copyright*, sino también la promoción de medidas tecnológicas pensadas para alterar incluso la arquitectura original de las redes —no olvidemos que Internet reproduce contenidos sin saber si están sujetos a *copyright*— (Lessig, 2009), generando así unos nuevos cercamientos comunales análogos a los que se promovieron en la Europa de los siglos XVIII y XIX con la conversión de tierras comunes en privadas: esta vez son *enclosures* intelectuales, que afectan a la creatividad cultural, la cual se encontraba en un espacio común de compartición, de intercambio de ideas, de reciprocidad artística y de co-aprendizaje, y ahora se pretende cercar para favorecer a agentes macrocorporativos, que siempre apoyan este tipo de marcos legales que les benefician.

La propiedad intelectual, actual instrumento legal de cercamiento, se ha convertido en la seña de identidad característica del Occidente globalizado y sello inconfundible para la competitividad empresarial occidental, es decir, como apuntan Smiers y Van Schijndel (2008), basándose en Stapleton (2006), la propiedad intelectual, en todas sus formas, supone el medio esencial para la competencia en las economías desarrolladas y una manera de estimular las estrategias de competencias basadas en la innovación, en una era donde ya dichas economías son incapaces de competir en cuanto a abaratamiento de la mano de obra y acceso a recursos materiales. Es esclarecedor que las estrategias de motivación creativa ya estuvieran recogidas en los inicios del marco legal de la propiedad intelectual. Pero sin embargo, esta motivación era bien distinta: el

copyright, como versión anglosajona de los derechos de autor, tiene su origen en el 1710 con el Estatuto de Ana, el cual, como aclara David Bravo (2005), abogado especialista en Propiedad Intelectual, creaba los derechos de autor “para animar a los hombres iluminados a componer y a escribir libros útiles” (p.20). Es decir, era “un incentivo para que los creadores crearan y beneficiaran a la sociedad dándoles cultura a la que poder acceder” (p. 20).

Dentro de las estrategias actuales de globalización comercial, los acuerdos internacionales TRIPS mantienen un papel fundamental para el asentamiento de las industrias culturales y la producción de ese marco legal de *enclosures* intelectuales. Es a través de la implantación del modelo de *copyright* cuando la industria genera su valor comercial y los TRIPS actúan de facto como un poderoso *lobby* —incluyendo serias penalizaciones para los países que no cumplan—. Son pocos los países que se han resistido a la firma de tales acuerdos, los cuales garantizan la implementación de leyes específicas para la defensa de los derechos de autor en los distintos países, pero el aspecto de obligado cumplimiento que parece preocupar de manera destacada son los derechos de copia (*copyright*), más que los derechos de autor en su amplia generalidad. La argumentación para aclarar tal aseveración se muestra en la desmedida preocupación existente por el carácter monetario que se desprende del uso y disfrute de las obras culturales. Como hemos apuntado, con el estatuto de Ana, la promoción de los autores y la estimulación de la realización creativa era el objeto inicial del sistema de *copyright*. Pero con la activación de los acuerdos TRIPS, el autor queda relegado, puesto que, como exponen Smiers y Van Schijndel (2008), el conocimiento y la creatividad se erigieron en valores listos para el comercio —de la mano de las industrias— y con todo un mundo como mercado potencial, con empresas —que curiosamente residen en Occidente— cuya competitividad ya no está en el trabajo manual, puesto que otros países lo ofrecen a unos precios mucho más bajos. Ahora la competitividad se centra en ese desarrollo creativo y cognitivo que hay que “proteger” por todos los medios, según sus criterios. Es muy significativo que en el *I Congreso Internacional La propiedad intelectual como eje estratégico de la nueva economía global: un diálogo multilateral*, celebrado en Madrid el 25 de junio de 2013 (co-organizado por el Observatorio Internacional de Propiedad Intelectual) mantuviera no solo como tópico, sino como idea definitoria e identitaria del congreso, la concepción de que la propiedad intelectual supone un eje estratégico de la economía neoliberal. Toda una declaración de intenciones que sin tapujos manifiesta la verdadera naturaleza de esa supuesta protección de los derechos de autor.

DESPLAZAMIENTOS HACIA EL PROCOMÚN CULTURAL

En la actualidad no existe un único modelo claro alternativo al propuesto por las industrias culturales. Actualmente los TRIPS dibujan el mapa de acción legal que tiene como base la propiedad intelectual y el *copyright*. Este mapa abarca el mundo entero, prácticamente omnipresente en el mundo occidental y global. No obstante, sí existen propuestas críticas como planteamientos teóricos que se presentan como respuestas a este sistema.

Este posicionamiento crítico se establece en relación con una idea básica: la injusticia (social y económica) que genera el modelo de *copyright* y sus efectos devastadores en la cultura. El planteamiento podría cobrar carácter paradigmático cuando se establecen argumentos relacionados con una idea clave desde un punto de vista no solo social, sino también jurídico: protección del procomún.

El marco del procomún es el conjunto de obras culturales que *nos* pertenecen como sociedad y su justificación es tan sencilla como fácil de enunciar: todo producto cultural es una obra creativa derivada. Derivada a partir de la inspiración en otra u otras obras e incardinada en una cultura que es inevitablemente compartida. Ese conjunto de obras deviene por definición en bienes comunes, bienes de provecho común: procomún. Y en consecuencia, cada uno de nosotros y nosotras, como participantes en la ciudadanía, somos propietarios en cierto sentido de estos bienes comunes: recursos por los que hemos pagado como contribuyentes y aquellos heredados de generaciones que nos precedieron (Bollier, 2003).

No hay que olvidar que las expresiones culturales y artísticas son los elementos nucleares de nuestra dimensión identitaria, tanto personal como social, y tales elementos son sustanciales para nuestra comunicación cultural común y su naturaleza es increíblemente sensible para que tengan que ser gobernados y gestionados por una oligarquía internacional de propietarios de *copyrights* (Smiers y Van Schijndel, 2008). Como señala Imanol Zubero (2012) “los recursos comunes son demasiado importantes (y frágiles) como para dejar su gestión exclusivamente en manos de quienes tienen acceso libre a ellos, pues estos acabarán por poner su interés individual por encima de cualquier consideración de bien o de beneficio común” (p.18). En estos argumentos subyacen ideas muy poderosas para ser tenidas en cuenta desde la esfera política y educativa.

Desde esta perspectiva, el Foro de Cultura Libre (*Free Culture Forum*, FCForum), el cual supone uno de los encuentros sobre Cultura Libre de mayor calado internacional —con representación de más de 20 países—, subraya en su carta para la Innovación ‘la Creatividad y el Acceso al Conocimiento (los Derechos de Ciudadanos y Artistas en la Era Digital)’ una idea clave para la comprensión de la cultura y su gobernanza como procomún:

La cultura libre potencia nuevos modelos de implicación ciudadana en la provisión de bienes públicos y de servicios basados en el procomún. El “gobierno del procomún” hace referencia a las reglas y los límites necesarios y acordados para gestionar la producción colectiva y el acceso a recursos compartidos. El gobierno del procomún reconoce e incorpora la participación, la inclusión, la transparencia, el acceso equitativo, y la sostenibilidad como objetivos a conseguir a largo plazo (FCForum, 2009, p.2).

El procomún implica aquellos bienes que todos/as poseemos en tanto colectivo y que dependen de todos/as para su mantenimiento y desarrollo. Se comprende mucho mejor el estrecho lazo que une a los conceptos de cultura y procomún cuando atendemos a la definición del segundo

expuesta por Antonio Lafuente, calificándolo de ancho, plural y elusivo:

- Ancho porque abarca una considerable diversidad de bienes naturales (selvas, biodiversidad, fondos marinos o la Luna), culturales (ciencia, folclore, lengua, semillas, Internet), sociales (agua potable, urbe, democracia, carnaval) y corporales, también llamados de la especie (órganos, genoma, datos clínicos).
- Plural porque son tan múltiples como los muchos modos de existencia que adoptan las comunidades, tanto en el plano local, como en el regional, estatal o internacional, pues no hay comunidad sin un procomún donde asentarse.
- Elusivo porque siendo fundamental para la vida lo tenemos por un hecho dado. Un don que solo percibimos cuando está amenazado o en peligro de desaparición (Lafuente, 2007, ¶ 2).

Antonio Lafuente, dentro de la división de cuatro entornos propios del procomún (cuerpo, medioambiente, digital y ciudad), establece el desarrollo de la cultura ubicándolo en el entorno ciudad. La cultura se revela como un procomún implicando por definición una naturaleza de hecho compartido, sujeta a las dimensiones creativas y receptoras de autores y espectadores, de creadores y público, de productores y usuarios. Un hecho compartido por naturaleza, abierto y en continua construcción, y al que se le debe dotar de un contexto libre para que siga siendo, por definición, un acto compartido. David Bravo explica la implicación de la libertad en el proceso cultural y sus beneficios de la siguiente manera:

La libertad de uso beneficia al acceso a la cultura y a la cultura misma. (...) Lo que es de todos es aprovechado y disfrutado por todos. Beneficia al desarrollo de la cultura porque, al contrario de lo que durante tantos años se nos ha hecho creer, las musas, sencillamente, no existen. La inspiración no surge de la nada a individuos geniales tocados por la mano de Dios. Son las obras que leemos, las películas que vemos y la música que escuchamos, nuestras verdaderas musas, nuestra vital inspiración y nuestro mejor aprendizaje. La creación es, en realidad, un proceso colectivo. Ideas ajenas que tomamos y a las que imprimimos nuestra nota personal haciéndolas diferentes, historias ya contadas que, mezcladas con otras y con nuestra imaginación, adaptamos y actualizamos, canciones ajenas que durante años se han colado por nuestro oído y que son otras cuando salen por nuestra boca (Bravo, 2005, p.21).

Una actividad cultural en aras del fortalecimiento del procomún, en comparación con la perspectiva de la industria cultural, amplía los márgenes de uso, participación y disfrute de las obras y procesos culturales. En un análisis realizado sobre las implicaciones culturales de los bienes comunes (Escaño, 2013) ya pude destacar que al contextualizar la acción cultural y artística dentro de los parámetros del procomún, se relocaliza lo que entendemos por actividad creativa, la cual se traslada de un contexto puramente mercantil a otro más amplio, el de nuestra vida social y nuestra cultura política; en lugar de inmovilizarnos con la dinámica del derecho de propiedad (traducida directamente en *copyright*) y las transacciones de mercado, el procomún provoca un debate más amplio, un diálogo más plural y más humanista: se pueden renovar las

conexiones entre nuestras diferentes vidas sociales y los valores democráticos, así como en el rendimiento económico, potenciando las virtudes de la transparencia, el acceso universal, la diversidad de los participantes, o una cierta equidad social (Bollier, 2003).

Actualmente en el contexto de la sociedad red¹, el modelo de *copyright* impuesto por las industrias culturales cercena ese diálogo e intenta, de manera paradójica en el espacio digital, enjaular las posibilidades de crecimiento cultural, cediendo el poder a unas pocas manos: entidades globales oligopolistas que a través de prácticas de apropiación privada de conocimientos y creatividad, y bajo el *leitmotiv* de la nueva economía “el ganador se lo lleva todo”, amplían inevitablemente la desigualdad social. Esta circunstancia hace que la libertad de comunicación y el derecho de todos y todas a participar e implicarse en la vida cultural de su comunidad, como se expone en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, se ha convertido en derecho exclusivo de directores ejecutivos y de inversores en los conglomerados culturales monopolistas, lo cual nos empuja hacia una situación bastante crítica y de alarma cultural en la que bajo la falacia de la protección de autor, el *copyright* no proporciona ingresos a una aplastante mayoría de artistas y, lo que sería más grave, socava la comunicación democrática, (Smiers y Van Schijndel, 2008):

Así se nos anula como ciudadanos; en algún sentido perdemos nuestra voz. Cada vez podemos participar menos en la producción de significado que proviene de la expresión artística; se espera que aguardemos pasivamente las decisiones que el “propietario” de las creaciones artísticas toma en nuestro nombre; y se nos incita a consumir pasivamente sus creaciones. De un modo u otro, la libre comunicación cultural se paraliza cuando a los ciudadanos y a los artistas se les niega la voz en gran parte de la comunicación cultural que se establece dentro de la sociedad. Así, el daño cultural que sufrimos es considerable. Ya no tenemos libertad de reinterpretar las obras y, con ello, crear nuevos significados. Y sin embargo, ésta es una condición previa para la existencia de una sociedad sana (p. 28).

Teniendo en cuenta esta coyuntura no son pocos teóricos (y millones de ciudadanos) los que piden un cambio de rumbo en las políticas del *copyright*. Lawrence Lessig (2004), fundador de la *Creative Commons*, deja escrito que “el derecho de propiedad que es el *copyright* se ha vuelto desequilibrado, inclinado hacia un extremo” (p.146). Ese extremo es el del modelo de industria cultural vigente. Lo cual entraña que “la oportunidad de crear y transformar queda debilitada en un mundo en el que la creación requiere pedir permiso y la creatividad tiene que consultar con su abogado” (p.146). La cultura libre no es cultura gratis. No se trata de promover la mera gratuidad de acceso cultural, sino de repensar el modelo de participación para que sea equilibrado y conforme a derecho legítimo y deberes: pensar en nuevos modos económicos de promoción y desarrollo cultural —coherentes con los tiempos y espacios actuales— que beneficien a autores y que sean justos con el acceso a la cultura por parte de un público que inherentemente siempre participa en el proceso artístico y es necesario para su conservación,

¹ Según las ideas ya planteadas por Manuel Castells en 2001, los núcleos consolidados de dirección económica, política y cultural en todo el planeta están encauzados para una integración en Internet. Así es y como el autor explica: “en lo esencial, esto significa que Internet es ya y será aún más el medio de comunicación y de relación esencial sobre el que se basa una nueva forma de sociedad que ya vivimos, que es lo que yo llamo la sociedad red” (Castells, 2001, ¶ 2).

desarrollo y progreso. Para revertir los procesos imperantes se requerirían políticas (y actitudes) más abiertas, centradas en una concepción libre de la cultura, una concepción que proteja la libertad de (co)creación y participación, de uso y disfrute de unos bienes que son de todos y de todas: el procomún cultural.

PROPUESTA A MODO DE CONCLUSIÓN

Tras el análisis pertinente no se esconden las intenciones de apertura del discurso cultural hegemónico. La pretensión básica de un estudio de este tipo se centra en la necesidad de proponer un diálogo que urge dentro de las esferas culturales oficiales en la política institucional, pero abierto a la ciudadanía, y lógicamente invitando a todos los agentes interesados. Se trata de hacer un ejercicio profundo de reflexión para la optimización del desarrollo de la propia cultura y el conocimiento. Un debate que someta a crisis el argumentario de una industria cultural favorecida por el marco legal imperante, imbuido bajo una perspectiva utilitarista del hecho cultural, la cual subyuga la creatividad.

Es urgente una apertura hacia ese diálogo, el cual debe ser pedagógico e inmiscuirse en los propios espacios educacionales que construyen la cultura. Solo desde los modos de entender la construcción del conocimiento se podrá comprender el desarrollo cultural. Hacer cultura es hacer conocimiento. Y en este sentido, para seguir con el análisis reflexivo, se proponen conexiones con las ideas de las compañeras Patricia Tovar (Directora ejecutiva en LATIR e investigadora en Universidad Nacional Autónoma de México) y Mariel Cisneros (Artista Visual, Antropóloga y profesora en la Universidad Federal de Bahía).

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Th. y Horkheimer, M. (1988). *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. Extraído el 21 de enero de 2017 desde: http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/adorno_horkheimer.pdf
- Bollier, D. (2003). *El redescubrimiento del procomún*. Extraído el 21 de abril de 2017 desde: <http://biblioweb.sindominio.net/telematica/bollier.pdf>
- Bravo, D. (2005). *Copia este libro*. Extraído el 9 de enero de 2017 desde: <http://copiaestelibro.bandaancho.st/>
- Castells, M. (2001). *Internet y la Sociedad Red*. Extraído el 25 de diciembre de 2012 desde: <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/106.pdf>
- Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948). Extraído el 18 de diciembre de 2016 desde: http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf
- Escaño, C. (2013). Educación Move Commons. Procomún, Cultura Libre y acción colaborativa desde una pedagogía crítica, mediática y e-visual. *Arte, Individuo y Sociedad*, 25 nº 2, 319-336.
- Klein, N. (2002). *No logo: el poder de las marcas*. Barcelona: Paidós.
- Lafuente A. (2007). *Qué es el Procomún*. Extraído el 20 de enero de 2017 desde: http://medialab-prado.es/article/video_que_es_el_procomun
- Lessig, L. (2004). *Cultura Libre. Cómo los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*. Extraído el 17 de enero de 2017 desde: <http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf>
- Lessig, L. (2009). *El código 2.0*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Licea, I.; Collazo, Y. & Céspedes, A. (2002). Algunas consideraciones en torno al derecho de autor. *Acimed*, 10 (5). Extraído el 20 de enero de 2017 desde: <http://eprints.rclis.org/5134/1/algunas.pdf>
- FCForum (2009). *Carta para la Innovación, la Creatividad y el Acceso al Conocimiento*. Extraído el 9 de octubre de 2016 desde: http://fcforum.net/es/charter_extended
- Foucault, M. (1999). *Estrategias de poder*. Barcelona: Paidós.
- OMPI/WIPO (s.f.). *¿Qué es la Propiedad Intelectual?* Extraído el 11 de noviembre d 2016 desde: <http://www.wipo.int/about-ip/es/>

OMPI (1979). *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*. Extraído el 10 de noviembre de 2016 desde: http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/trtdocs_wo001.html

Sánchez, A. (1965). *Las ideas estéticas de Marx (Ensayos de estética marxista)*. México D.F.: Ediciones Era.

Smiers, J. & Van Schijndel, M. (2008). *Imagine... No copyright*. Barcelona: Gedisa.

Stapleton, J. (2006). Ponencia en la mesa redonda “Future of Copyright an the regulation of creative practice”. Londres: AHRC Copyright research Network, Birkbeck School of Law, Lndon University y Public Programmes Departament of Tate Modern.

Wolff, J. (1997). *La producción social del arte*. Madrid: Ediciones Itsmo.

Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. San Sebastian: Tercera Prensa.

Zubero, I. (2012). De los «comunales» a los «commons»: la peripecia teórica de una práctica ancestral cargada de futuro. *Documentación Social*, 165, 15-41.