

## GESTIÓN DE LA CULTURA LITERARIA DESDE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA. DESAFÍOS EN LA ERA DIGITAL

**Paola Elisabet Fernández**  
Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)

### Resumen

Los estudios de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura se han vinculado históricamente y en paralelo a dos objetos parciales de estudio. El primero, vinculado a las artes gráficas y visuales, y el segundo, inspirado en los aportes de la escuela de Frankfurt; ambos limitaron su estudio a las industrias culturales y los medios de comunicación.

El propósito de este artículo radica en plantear una integración conceptual en torno al libro como bien y obra intelectual, con la intención de describir y analizar las mutaciones en los procesos que desencadenan la conversión digital y las nuevas tecnologías de gestión.

Desde dichas observaciones, el enfoque permite argumentar los desafíos de la gestión de la cultura literaria desde los estudios que atraviesa la Economía Política de la Comunicación como corriente epistemológica que estudia los medios de comunicación, las relaciones de poder y los procesos sociales. Las regulaciones que la atraviesan, sumadas a los nuevos soportes en la distribución de bienes y obras intelectuales, precisan de un análisis completo que posibilite comprender las amenazas de concentración, consecuencia de la incursión de nuevos mediadores en la gestión de bienes y obras intelectuales y la imposibilidad de delinear políticas específicas para su regulación.

El objetivo radica en contribuir a los estudios críticos de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, desde una perspectiva interdisciplinar que permita problematizar el dinámico y cambiante escenario cultural.

**Palabras clave:** Gestión de la Cultura Literaria, Economía de la Comunicación y la Cultura, bienes y obras intelectuales literarias, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

### 1.- Introducción

La integración de nuevos intermediarios transnacionales en la producción de bienes culturales (De Moraes, 2010; Zallo, 2012), nuevas formas de distribución, disposición y regulación de contenidos (Gillespie, 2007) y la emergencia de nuevos soportes tecnológicos (Doughli, 2009; Vercelli, 2009; Thomas, 2009) transforman la gestión de la cultura. El proceso altera directamente la gestión de la cultura literaria. Vinculado a los aspectos culturales, uno de los fenómenos más destacados es la integración de la cultura y sus actividades como ramas de ingreso considerables en las economías nacionales e internacionales (Bustamante, 2002; Basualdo, 2006; Becerra, Mastrini, 2006, 2008).

Consecuentemente, los cambios manifiestos atraviesan todas las ramas de actividad que se desprenden de las industrias culturales (editorial, audiovisual, fonográfica), y no han sido pocos los académicos que han reflexionado sobre la mutación que propicia la digitalización en la gestión de la cultura, sobre todo en el audiovisual (Bustamante, 2002; Becerra, Mastrini, 2001, 2006; Jenkins, 2008; McChesney, 2010; Miège, 2010; Scolari, 2008). No obstante, los cambios acontecidos, de manera dinámica y sin pausa, obligan a (re)pensar todos los aspectos de la industria cultural (en adelante IC), incluida la editorial (en adelante, IE). La actividad que dio origen a la IC como tal, con la irrupción de la imprenta en el siglo XV, encuentra una obligada renovación a los estándares consensuados. Uno de ellos, la unidad de comercialización (libro), se encuentra (re)significado por los nuevos formatos digitales<sup>1</sup>. En el marco de situación descrito, es preciso retomar y ampliar lo que entendemos por cultura literaria para reflexionar sobre los nuevos procesos en curso.

## 2.- Gestión de la cultura literaria: un concepto sistémico

La gestión de la cultura literaria es el proceso que se inicia desde la producción y reproducción de las expresiones humanas hasta las formas de circulación y comercialización de bienes y obras intelectuales. Pueden desarticularse, al menos, dos dimensiones de análisis de la gestión cultural literaria: la gestión comercial (vinculada a los derechos de autor y la mercantilización de bienes y obras intelectuales) y la no comercial (relacionada con el derecho humano a acceder a la cultura). Así, la primera se encuentra representada en la IE, mientras que la segunda delimita la intervención del Estado, a partir de políticas públicas que priorizaron al acceso de la ciudadanía al libro y permitieron el crecimiento del sector editorial: regulación del mercado editorial, desgravación impositiva, campañas de promoción a la lectura, fomento a la distribución y comercialización, dotación a bibliotecas públicas, entre otras acciones. Corolario de la escasez creada a través del soporte papel (libro) antes de la digitalización, las editoriales debían garantizar el envío de ejemplares de cada tirada realizada a las bibliotecas públicas nacionales, a fin de garantizar su preservación y acceso a la comunidad, lo que se traducía en la representación de los intereses público-comunitarios.

A partir de lo dicho, la Economía Política de la Comunicación (en adelante, ECOPOL) y los estudios de la cultura habilitan un marco teórico de referencia para indagar en una de las actividades económicas constitutivas de las IC: la IE. La relación entre cultura y economía reconoce como análoga la producción de los objetos culturales y las formas en que otras industrias manufactureras producían bienes de consumo, reconocimiento basado en el doble valor de la mercancía: simbólico y material (dispuesto por el soporte de reproducción de la pieza cultural).

Las investigaciones de referentes de la ECOPOL (Bustamante, 1999 y 2003; Bolaño, Mastrini, 1999; Bolaño, Mastrini, Sierra, 2004; De Moraes, 2010, McChesney, 2013; Mastrini, Becerra, 2005, 2006, 2009; Miége, 2010) han diseñado herramientas analíticas para alertar sobre los peligros de la concentración de la propiedad de las IC, sus condicionamientos en el ejercicio de la libertad de expresión y de empresa, y para identificar las relaciones sociales e institucionales que lo permiten (Becerra, 2002; Mastrini, Bolaño, 1999; Mastrini, Becerra, 2005, 2006, 2008; Miége, 2010). Dada la importancia de la cultura para la constitución de la identidad social nacional, la corriente de pensamiento alerta sobre la peligrosidad que representa la concentración de las IC (en todas sus ramas de actividades) y los condicionamientos que imponen las regulaciones de derecho de autor en lo que refiere a la disposición de la cultura literaria. Si bien los estudios son muy reconocidos en América Latina, conforme a la problematización de la concentración y centralización de los contenidos de la IC (sobre todo, audiovisuales, discográficos y editoriales), extender su estudio a la gestión de la cultura literaria permite delinear un análisis complejo en la relación entre economía, cultura, regulaciones jurídicas, políticas públicas de comunicación y tecnologías. En este sentido, en la época de convergencias tecnológicas, parece oportuna la emergencia de una Economía Política de la Comunicación y la Cultura que aborde e integre como objeto de estudio todos los ámbitos de la cultura: IC, los medios de comunicación, ámbitos patrimoniales y artísticos, cultura popular, eslabones culturales (como el dueño de las producciones no culturales), la creación publicitaria y la producción en red, así como las mutaciones impuestas por las tecnologías de gestión en todas sus dimensiones. El subsistema de las IC es solo una parte del ámbito cultural (Zallo, 2011:156). Este esquema posibilitaría un análisis transversal en el que la cultura ocupe un lugar trascendente en la constitución y genealogía de la producción industrial cultural, con énfasis en su capacidad de reproducir identidades (sociales e individuales) dada su fuerte carga simbólica. La revisión de esa estructuración conduce a problematizar su régimen de propiedad, sus modos de financiamiento y sus posibilidades de acceso por parte de diferentes actores sociales, incluso los más postergados a nivel socio-económico (Becerra, 2014). Esas posibilidades de acceso están también condicionadas por un eje relativo a la arquitectura del sector cultural, lo que remite a reflexionar sobre la convergencia. Generalmente, se alude a la convergencia desde una perspectiva tecnológica. Pero en rigor, la convergencia es un proceso múltiple (abarca aristas tecnológicas, sociales, económicas, regulatorias) (*Ibidem*).

Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2006) proponen una ampliación de los trabajos académicos de campo que incorporen en sus análisis la integración de los nuevos procesos en curso y las variables analíticas que imponen. Incluir en la agenda académica estudios integrales de la comunicación y la cultura permitirá indagar desde una doble perspectiva: la de las empresas transnacionales que se encuentran detrás de la gestión a través de los soportes (físicos/materiales) y su poder de negociación, incluso superior al de los Estados nación.

La gestión literaria analizada desde la ECOPOL posibilita identificar las particularidades que se desprenden de su actividad industrial (comercialización de bienes y obras intelectuales y derechos de autor), así como también la necesidad de políticas públicas que regulen la actividad, derivada de su valor simbólico e inmaterial. Este enfoque teórico, que problematiza la estructura de propiedad y la constitución de la cadena de valor de la IC, permite integrar conceptualmente la perspectiva industrial-cultural con el marco normativo, estrategia que habilita un enfoque transversal del escenario digital –dinámico y global– y atravesar todas las actividades que componen las diversas aristas y dimensiones del libro.

En este sentido, la conversión digital (digitalización) representa nuevas oportunidades para la gestión del acervo literario de la humanidad y su disponibilidad comunitaria. Empero, los cambios en las formas de disposición de los bienes y obras intelectuales pueden favorecer la (re)distribución o (re)concentración de las obras intelectuales.

### **3.- Una Economía Política de la Comunicación y la Cultura en la era digital**

Una de las principales características que identifica a las IC es el doble valor de su mercancía: económico y simbólico. En consecuencia, es necesario integrar ambos aspectos para el estudio de la dimensión de la cultura, tanto como producto (unidad y soporte de materialización y comercialización) como en su valuación simbólica.

Dada la inmaterialidad que representa la dimensión simbólica de la cultura –las formas de expresiones concretas del intelecto humano– una obra intelectual siempre es expresada, fijada o exteriorizada en un soporte. Es decir, la traducción de los bienes intelectuales en obras siempre está mediada por los autores y por sus formas particulares de expresión en soportes (Gillespie, 2007). Se conceptualiza como soporte un bien de calidad material (físico, tangible) en cuya superficie o interior se registran datos, información, o bien se expresan bienes de calidad intelectual que alcanzan una protección jurídica por ser obras del intelecto humano. A partir del soporte, es posible identificar las diferencias entre bienes y obras intelectuales y las relaciones sociales que giran en torno a ellos, consecuencia directa de los derechos de autor y copia. En lo que respecta a estos últimos puntualmente regulan las relaciones sociales que se establecen entre autores/creadores, bienes intelectuales, obras intelectuales (y sus formas de expresión en soportes), instituciones comunitarias y estatales vinculadas a la gestión de estos derechos, empresas y corporaciones comerciales de las IC, y el público o ciudadanía (Vercelli, 2009).

En efecto, la digitalización de los medios supone el fin de los soportes materiales contenedores de las producciones culturales y de la escasez artificial sobre la que se basaba el modelo productivo de la IC. La escasez era “artificial”, ya que los bienes simbólicos son bienes de uso común que pueden ser compartidos por toda la sociedad (Becerra, Mastrini, 2001). No obstante, no implica la inexistencia de un vehículo de

comercialización: los servidores, los dispositivos de lectura y los formatos digitales cumplen el oficio y la función del papel en la era digital, que es la de comercializar los bienes intelectuales. Por otra parte, el proceso de globalización es parte constitutiva de la nueva dinámica de la IC, a la vez que no hubiera sido posible sin una efectiva participación de las nuevas tecnologías de información y comunicación (Becerra, Mastrini, 2006: 7). Así, irrumpe la necesidad de profundizar en las mediaciones emergentes, los actores que participan en la nueva cadena de valor y las nuevas unidades de comercialización. Históricamente, la ECOPOL reconoce como principal objeto de estudio “las relaciones sociales que constituyen la producción, la distribución y el consumo de bienes simbólicos” (Bolaño y Mastrini 2002: 43). La principal unidad de análisis son las IC, que deben ser consideradas desde un enfoque histórico estructural y circunscrito a la dinámica del capitalismo (*Ibidem*). Primero, como modelo de desarrollo económico, y segundo, como un modo de organización social, caracterizado por la dominación de un sistema abstracto y complejo de relaciones de cambio (Graham, 1990: 21-22). Dentro del objeto de estudio propuesto, es posible incorporar nuevas variables de análisis a la escena actual, tales como la estructura de propiedad de los dispositivos electrónicos de lectura, las plataformas de distribución/comercialización y los formatos digitales impuestos para la lectura de los libros electrónicos.

Dado que los procesos de conversión y convergencia digital habilitan la mercantilización de libros electrónicos, este nuevo circuito de comercialización altera la relación entre el autor/lector y la cadena de valor del libro, caracterizada por la desintermedialización y la desterritorialización. Uno de los principales efectos es la autonomización de la producción, que pasa a concentrarse en pocas empresas provenientes del campo tecnológico como Google, Microsoft (líder en software informático y de gestión), Apple (empresa estadounidense que diseña y produce equipos electrónicos y software) y tiendas virtuales como Amazon (Igarza, 2012). Este proceso altera las condiciones estáticas de la IE (Laguardia Martínez, 2012).

Progresivamente, se manifiesta un nuevo tipo concentración de la propiedad que afecta a la industria editorial (pero que no nace de las editoriales o de actores específicos del mercado literario), ostensible en tres acciones estratégicas: a través de la imposición de formatos digitales (predeterminados por los dispositivos tecnológicos<sup>2</sup>); a partir de la posición hegemónica de los motores de búsqueda (que puede discriminar los contenidos a indexar) y la monopolización de la cadena de valor del libro por parte empresas transnacionales. Consecuentemente, es posible pensar un estudio integral que abarque, desde las tres variables mencionadas, la concentración de la cultura literaria. Lejos de presentarse como novedad para los estudios de ECOPOL, en la actualidad convergen cuatro factores que determinan el peso específico de las empresas participes y que son (re)significados a partir de la expansión de las nuevas tecnologías (Cordón, 2011; Igarza, 2013):

- Integración vertical
- Segmentación

- Internacionalización y
- Desintermediación

En el marco de la IE en la era digital, la integración vertical refiere a la asociación entre una tienda virtual a un dispositivo dedicado. Se destacan las posiciones de empresas estadounidenses líderes como Amazon (tienda virtual que acapara el 80 % del mercado mundial de libros) con el dispositivo Kindle, Barnes & Noble con el Nook, y Apple con el iPad. Los sistemas de integración vertical vienen impuestos por las grandes firmas de creación y distribución de contenidos. Su interés radica en la creación de nichos cautivos mediante la articulación de limitaciones tecnológicas al uso de los materiales que distribuyen. Se trata de sistemas que favorecen la posición dominante de pocos actores (como Amazon o Apple) y establecen barreras de entrada difíciles de sortear por parte de pequeñas y medianas empresas, elementos que condicionan y limitan la libre elección por parte de los lectores/usuarios finales (Cordón, 2011a). Dichas acciones afectan la supervivencia de editoriales independientes pese a que favorecen la autoedición.

Otro de los agentes que operan determinando la estructura del sector del libro electrónico es la segmentación, caracterizada en este escenario por una fragmentación, evidente en cuatro niveles complementarios (Cordón, 2011a):

- Tecnológico (relativo a los formatos de publicación).
- Logístico (plataformas de distribución).
- Jurídico (definido por nuevos tipos de protección de las obras intelectuales, se destacan la protección de derechos digitales o DRM, cuya sigla responde al inglés Digital Right Management).
- De mercado (ofertas fragmentadas, sin coordinación ni compatibilidad entre ellas).

Entre los factores de carácter tecnológico, adquieren especial importancia los dispositivos diseñados y dotados con prestaciones y funcionalidades específicas para la lectura. En este punto, es preciso asociar la consolidación de plataformas de venta y distribución de libros electrónicos, en las que confluyen los diferentes agentes que concurren en el sector editorial. Las plataformas potencian los sistemas de accesibilidad y cercanía con el usuario, tal y como se hace en los sitios de Amazon, Barnes & Noble (la tradicional librería estadounidense, que en la actualidad comercializa también el formato digital de sus libros impresos) o Google ebook Store (el servicio de venta de libros electrónicos del gigante Google Inc). Las empresas facilitan el proceso de consulta y adquisición de obras, así como explotan los sistemas de recomendación y diversifican la oferta para todo tipo de productos y formatos, tal y como se hace en las plataformas que están marcando la tendencia a nivel internacional. Además, han de acometer su expansión internacional, dadas las posibilidades de negocio que alienta el sector digital no vinculado a la territorialidad, sino a la lengua (Celaya, 2010 en Cordón, 2011b)

Igual relevancia adquieren los aspectos claves en la digitalización, se destacan los formatos digitales, aún con el problema de la falta de estándares compartidos (Cordón, 2009). Las tensiones convergen, entonces,

en torno al contingente del fondo a digitalizar, la negociación de los derechos digitales, la financiación del proceso y la elección de la plataforma de venta y distribución, planteándose igualmente la cuestión de los sistemas de protección, DRM, y su repercusión en las estrategias de negocio editorial.

Bajo la lógica descripta, estudios recientes han dado cuenta de modo empírico (Mastrini, Becerra, 2006, 2009) de los peligros de la concentración de los medios de comunicación en América Latina; tales como la coerción en el ejercicio de la libertad de expresión de los ciudadanos, impedimento de nuevos actores de participar en el mercado, monopolización de los contenidos y ausencia de diversidad cultural; acciones que tienen correlato en el análisis empírico de los Estados Unidos y Europa (Bolaños, Mastrini, 1999; Bustamante, 2002; De Moraes, 2010; Golding y Murdock, 2000; McChesney, 2012, Miége, 2010). En este sentido, si ya desde la academia se ha alertado sobre el peligro que representa la concentración de la palabra a nivel regional y nacional, imaginemos el peligro que representa una concentración de mayor envergadura a nivel mundial.

De igual manera, desde la dimensión no comercial de la gestión de la cultura literaria, se asumen nuevos desafíos: la ausencia de políticas de precio único; a la nueva unidad de comercialización del libro (Cordón, 2011) se suman los propios del acceso a las tecnologías e Internet, compatibles a la Sociedad de la Información. En este sentido, se asume como prioritaria la puesta en agenda por parte de los Estados de este nuevo escenario que impone distintas reglas de juego y que se encuentra conducido por empresas de un poder económico y tecnológico sin precedentes. Una de las consideraciones, por ejemplo, sería la digitalización del acervo cultural literario nacional, tal como ha impulsado Francia, que también se diferencia por el proteccionismo a su industria cultural literaria.

En este marco de situación, la doble faceta de la comunicación, que como recurso es infinito pero que sin embargo responde crecientemente a una lógica de intervenciones económicas (lógica que paradójicamente suele expandirse bajo la coartada de los bienes escasos) se perfila como un instrumento ideal para abordar el análisis de los cambios sociales en curso. Más aún cuando “el carácter mercantil que adquiere el uso de los recursos informacionales implica su sometimiento inevitable a las leyes que gobiernan la producción y realización general de mercancías” (Torres López y Zallo, 1991: 64 en Becerra, Mastrini, 2006: 9-10). En efecto, implica alertar sobre la posición hegemónica de las empresas proveedoras del servicio de Internet (Telefónica de España es el mejor ejemplo en América Latina), pero también del rol que juega Amazon (como principal empresa de comercio electrónico), Google Inc (como principal indexador de información, pero también por los servicios que brinda<sup>3</sup>), Apple, Microsoft e Intel (como productores de sistemas operativos y servicios informáticos).

#### 4.- La óptica del derecho: una dimensión de análisis excluyente en la gestión de la cultura literaria

Tal como se ha establecido, las obras intelectuales (dado su carácter inmaterial) precisan de un sistema legal que reconozca la autoría de la obra a su creador: los derechos de autor. Este punto, desde el enfoque analítico propuesto, es transversal porque forma parte de la segunda arista que permite la comercialización de la obra (junto con el soporte material que habilita la producción, reproducción y circulación de la obra). Es en este contexto que se enmarca la diferencia entre bienes y obras intelectuales: mientras esta última refiere a la idea o la instancia creativa, el primero representa la instancia de materialización en un soporte que permita su reproducción, comercialización, difusión y marco legal. Aquí es donde entra la jurisprudencia de los derechos de autor, que reconocen la autoría de una obra al momento de plasmarse en un soporte.

Así, convergen dos sistemas jurídicos: el de origen anglosajón o de *common law*, con epicentro en el derecho de copia (Copyright) y el sistema latino o de tradición continental europea con raíces en los decretos franceses, de mayor cercanía en sus orígenes a los derechos personales (Rodríguez Miglio, s/f). A partir de las legislaciones y regulaciones vigentes, entran en tensión los modos de producción y circulación que establecen las grandes IC, con la complejidad descrita al inicio: Internet habilita un espacio de visibilización pero de producción colaborativa, un espacio que habilita que la obra sea retomada y transformada por otros. En consecuencia, la legislación actual en derechos de autor no alcanza a comprender las acciones a nivel comunitario, por lo cual se infiere la necesidad de definir un escenario de mayor amplitud en lo referente a los aspectos legales en el consumo de bienes comunes.

En síntesis, los derechos de autor y copia son regulaciones que alcanzan las dinámicas de creación del valor intelectual. Establece qué es lo que se puede hacer y qué no con los bienes y obras intelectuales (Vercelli, 2009). La regulación media entre los derechos exclusivos (personales y patrimoniales) de los autores o titulares derivados de las obras intelectuales y los derechos de copia, asociados a las libertades de expresión y asociación que tienen los usuarios-finales o el público en general.

El escenario digital impone una urgente resignificación del derecho de autor y derecho de copia. Más allá de regular qué se puede o no se puede hacer con una obra intelectual, la regulación también pasó a ser clave para las políticas culturales, su gestión industrial y la distribución de las riquezas intelectuales comunes. La arquitectura jurídica de la regulación busca equilibrar y adecuar intereses, alcanzar un balance fundamental para las sociedades democráticas, entre los creadores y los usuarios-finales de obras intelectuales. La regulación también incluye los derechos de aquellos que reciben, interpelan, usan, imitan, copian, reproducen o derivan las obras intelectuales. Es decir, de aquellos que son los potenciales autores y creadores de nuevas obras intelectuales (Vercelli, 2012: en prensa<sup>4</sup>). La (re)definición de los derechos de autor es uno de los principales problemas que se perciben en el escenario mediático actual y que amenaza con el libre ejercicio de disponer de la cultura. Tal como concluye Eduardo Bertoni (S/F):



La protección de los derechos de autor en detrimento de los derechos elementales del ciudadano, como el debido proceso y la libertad de expresión, obliga a preguntarse cuál es realmente la prioridad de los Estados en la regulación de Internet. En los términos planteados, la estrategia de protección de los derechos de autor implica tener "más delfines atrapados en las redes de pesca". Es decir, más inocentes en el grupo de culpables. Y aún así, la efectividad de esta estrategia es altamente discutible.

La presión internacional y las obligaciones contraídas en tratados internacionales sugieren que nuestra región adoptará leyes igualmente restrictivas. A pesar de esto, no está de más abogar por una implementación que tome en cuenta los estándares de libertad de expresión. Esto es, que se aleje de la censura previa de contenidos y de medidas desproporcionadas; que no otorgue un poder arbitrario y excesivo a los intermediarios, y que garantice la posibilidad de recurrir las decisiones ante un tribunal (p. 11).

En este sentido, ampliar la perspectiva hacia un derecho a copia permite incluir las acciones y las prácticas a nivel usuario en pos de una cultura compartida. No se trata de no reconocer la autoría de una obra y mucho menos, operar en contra de la creatividad literaria. Por el contrario, se trata de considerar las acciones de los usuarios como herramientas que permiten reconocer la apropiación de los bienes y obras intelectuales y que favorecen el desarrollo de la IE.

En el marco de este análisis, se trata de que la gestión literaria integre los cambios en los aspectos económicos, pero también, en los aspectos legales que condicionan la libre disposición de la cultura literaria. En la actualidad, pese a tener acceso a innumerables obras intelectuales, este depende en definitiva de la decisión final de empresas que no solo gestionan su producción, distribución, difusión y venta, sino también, de aquellas que deciden que lugar ocupan en el indexador de búsquedas y en la compatibilidad con los formatos digitales creados para su lectura en digital. Por otra parte, la acción de compartir bienes y obras intelectuales se encuentra en la actualidad, condicionada por los derechos de autor, ya que contiene prohibiciones para el uso compartido<sup>5</sup>.

## 5.- Digitalización y gestión de la cultura literaria

El desarrollo de la sociedad global de la información impone un nuevo escenario de transformaciones tecnológicas y sociales. Se produce una diversificación y mezcla tanto de formas expresivas (multimedialidad, transmedia y transformatos) como de pantallas de acceso. Internet se configura como red de todos los media y sistema-red específico. Se extiende la imaginación, la innovación desde abajo y la transgresión como fermentos de futuros esperanzadores. Se generan nuevos vínculos sociales antes imposibles y compartimentados. La realidad comunicativa sobrepasa expectativas y regulaciones. Por su

tendencia a coste cero por unidad distribuida y por su fondo común, hay una propensión a generar más bienes públicos (no rivales, no excluyentes) que antaño; y contradicen la voluntad de nicho de nuevas rentabilidades al que se suponía que la digitalización estaba abocada, evidenciando así una gran inadaptación sistémica para su reproducción (Zallo, 2013: 8).

Ramón Zallo (2013) describe las mutaciones que atraviesan las IC, cuando advierte que el peso de los media decae ante la hegemonía de servidores, plataformas, operadores y constructores de hardware y dispositivos y, en parte, ante las otras fuentes sociales. Les absorben espacio las plataformas, las redes sociales y social media les compiten en el tiempo comunicativo social. Los centros de gestión de redes, en alianza temporal con los internautas en aspectos regulatorios, son marcos para todos los agentes. Ha descendido la potencia de los motores mediáticos al tiempo que se diversifican (p. 9). No obstante, podríamos afirmar, en este punto, que la producción inmaterial (de ideas/creaciones) es la que se ve más enriquecida, consecuencia de la posibilidad a nivel usuario de compartir su creación intelectual sin necesidad de grandes inversiones.

En consideración, es necesario que el enfoque de la ECOPOL se centre en las nuevas formas de concentración que se presentan de los bienes culturales. A la concentración de la estructura de propiedad, facturación y publicidad (Becerra, Mastrini, 2006, 2008, 2010); la irrupción de nuevos mediadores en la cadena de valor de las actividades que componen la IC, provoca la unificación de los contenidos digitales y nuevos escenarios de disputa, los que serán analizados en el siguiente apartado. En la fase actual de la digital operan como agentes: los fabricantes de *hardware* y *software*; los gestores de redes (operadores varios incluidos los de cable, proveedores de acceso y plataformas); los gestores de servicios (buscadores, empaquetadores); prestadores de servicios con responsabilidad editorial (sean lineales o no interactivas, o no lineales e interactivas); los titulares de derechos de distinto tipo) y los internautas (Zallo, 2012: 6).

Coincidente con la argumentación, una propuesta válida sería la de incluir en los estudios de concentración (en la IE en particular y de la IC en general), la estructura de propiedad de las empresas con una posición hegemónica en el mercado de bienes y obras intelectuales, la tecnología desarrollada para su gestión (y las empresas que se encuentran como propietarios); los formatos digitales y la nueva cadena de valor del libro.

A su vez y dada la importancia de la cultura literaria, comprender las nuevas relaciones que atraviesan la gestión de la cultura literaria, los nuevos mediadores que irrumpen en el proceso (provenientes en su mayoría, del ámbito tecnológico) y la dificultad de legislar desde el Estado nación tiene estrecho vínculo con la necesidad de (re)pensar la jurisprudencia que alcanza a los bienes y obras intelectuales no solo desde los derechos de autor, sino también desde el derecho a copia. De igual manera, se trata de reconocer la preservación del patrimonio histórico como parte de la comunicación y la cultura, acción que permite pensar las nuevas tecnologías de gestión como oportunidades para la gestión pública. La construcción de tecnologías que posibilitan la gestión de la cultura literaria por parte del sector público/comunitario es una de las prioridades que debe incluirse en la agenda de los ministerios de cultura en América Latina.

## 6.- Nuevos mediadores: la necesidad de definir el nuevo entorno mediático-cultural

A las grandes empresas editoriales, que operan tradicionalmente en la industria editorial, se suman, como un nuevo factor de alerta, la industria del *software* y el desarrollo de tiendas virtuales (Gillespie, 2007; Igarza, 2012a). Esto permitió la emergencia de nuevos mediadores o mediatizadores, que sustituyen en parte la labor tradicional del editor, impresor y las empresas de distribución. Así:

Los nuevos jugadores son más proclives a forzar la colaboración que a solicitarla. Mientras que la cadena de valor siempre estuvo sometida a la negociación entre actores sociales, los nuevos mediatizadores, casi exclusivamente agentes del sector tecnológico, han empezado a jugar un rol significativo en cómo se producen y distribuyen contenidos (Igarza, 2012: 43).

En el nuevo contexto descentralizado, desterritorializado y global, convergen dos nuevos tipos de centralidades (Zallo, 2013: 10):

- Por una parte, la centralidad de los señores de las redes globales que gestionan lo que corresponde al capital cognitivo (inmaterial) vinculado a cultura y comunicación: proveedores de servicios (Amazon, Apple), plataformas (Facebook, YouTube), buscadores (Google), aparataje (Microsoft, Samsung). Por el momento hay dominio de fabricantes, gestores de redes y gestores de servicios (buscadores y plataformas) por encima de titulares de derechos de propiedad intelectual, prestadores de servicios y usuarios, aunque estos han ganado en relevancia y capacidad de influencia.
- Por otra, la interacción entre los usuarios en el ciberespacio dialógico. Los internautas reclaman el reconocimiento de sus derechos: derechos a la conexión, a la privacidad, a la obtención de una firma digital, a la seguridad de las transacciones o a la homogeneidad de los protocolos o a la neutralidad de la red. Pero los gobiernos nacionales e internacionales pretenden penalizar estas nuevas acciones, pese a la posibilidad de los usuarios de transformar y generar contenidos.

A partir de la irrupción en la cadena de valor de estos nuevos mediadores, las reglas de la gestión de la cultura literaria cambian, sobre todo, por la desigualdad en las condiciones de juego. Las empresas como Google, Amazon o Apple representan en la actualidad un peligro de concentración y monopolización de las obras literarias. Provenientes del mundo tecnológico, estas empresas irrumpen en todos los eslabones de la cadena de valor de la industria editorial e, incluso, de la dimensión no comercial de la obra intelectual, ya que no son alcanzados por políticas públicas que trasciendan el territorio local.

Se anticipa también a través de los condicionamientos en los soportes, la propiedad en la infraestructura de redes y la concentración en la regulación de contenidos, entre otros; el proceso de producción y distribución de los contenidos culturales utilizaría la tecnología bajo fines regulatorios y desde el mismo diseño del

producto (Gillespie, 2007). En este sentido, no aceptar esas reglas del juego implicaría la invisibilidad o simplemente tener que pagar, contacto a contacto, la publicidad, el paradigma oculto que sostiene una parte relevante del nuevo ecosistema. La publicidad, que prevalece en esos entornos, no es justamente el paradigma al que el libro ha dedicado más experiencias. Al mismo tiempo, algoritmo secreto mediante, lo gratuito y lo pago conviven en la proximidad dentro de las pantallas de los usuarios. Las formas de visibilidad que adquieren los contenidos estimulan al usuario a considerarlos un *commodity*, más que un objeto cultural. En ese juego, el libro impreso tiende a buscar las ventanas especializadas para exponerse (librerías en línea) y salir de una competencia que le resulta perjudicial (Igarza, 2012: 44-45).

El vínculo con lo argumentado se relaciona con el apuro en entrar, y ganar esta carrera se relaciona directamente con la aceleración en la digitalización de contenidos, en la que Google se encuentra a la cabeza.

Lo que en la actualidad conocemos como Google Books es un emprendimiento desmesurado y sin precedentes de escaneo indiscriminado de libros (de dominio público, es decir, una vez cumplido el plazo de los derechos de autor, pero también libros de índole privativo o con derechos de autor, lo que le acarreo enfrentamientos legales que, incluso, pueden modificar el orden jurídico vigente). Nadie tiene almacenada la cantidad de bienes y obras intelectuales que poseen los servidores de Google (cerca de 130.000.000 en soporte libro) y nadie podrá disponer de ellas sino se adecua a sus reglas de mercado. Un nuevo tipo de hegemonía cultural está en juego y es una gran alerta, dada su extensión a nivel mundial.

En este escenario tecnologizado, mundializado y descentralizado, Apple y Amazon impulsan el desarrollo de la industria del libro digital. Ambas han acompañado el lanzamiento de un dispositivo de lectura con una amplia oferta de contenidos accesible a través de tiendas en líneas propias. Por su parte, Amazon da pasos acelerados en su penetración hacia otras regiones culturales más allá de los Estados Unidos: el Kindle ya tiene su versión española. La salida del Kindle, patentado por la empresa Amazon, es el último paso de una estrategia para asentarse definitivamente en el mercado en español, tras la apertura de su tienda electrónica (Amazon.es). La gran multinacional del comercio electrónico está presente en cuatro países europeos: Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Incansable, Amazon está negociando con el gobierno chino el lanzamiento de Kindle en ese país, sin asociarse con ninguna compañía local (Laguardía Martínez, 2011). Para 2013 se espera su llegada a América Latina, con foco particular en el área sudamericana. En sus propósitos de expansión Amazon no ha dudado en acudir a aliados en casa, también interesados en fortalecer su liderazgo alrededor del mundo: la compañía firmó un acuerdo con el Departamento de Estado de los Estados Unidos, según el cual ambas partes se encargarían del lanzamiento mundial de la Kindle Mobile Learning Initiative el 20 de junio de 2012 (*Ibidem*).

Por otra parte, a los cambios en las formas de leer y de disponer de la obra intelectual, se suma el gran salto cualitativo en los soportes que las contienen, acción que conlleva una redefinición de los derechos de autor, que tutelan las dinámicas de creación y distribución del valor intelectual. Esto implica una nueva

problemática en la gestión de la cultura nacional, dada la imposibilidad técnica u operativa de limitar el ejercicio de reproducción y copia de las obras intelectuales, sin perjudicar el reconocimiento de la creación de la obra bajo la legislación actual. No obstante, dada la necesidad de la copia para compartir cultura, es necesaria su reformulación.

## **7.- Consideraciones parciales: los desafíos de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura en la era digital**

El desarrollo de las plataformas virtuales provoca nuevas maneras de pensar y hacer lo social, a través de la construcción de entornos sociales, donde las relaciones se reconfiguran y desterritorializan en una multiplicidad espacial, lo cual implica un cambio cultural-comunicacional. En un contexto actual de tránsito, conviven creadores y consumidores, por lo que resulta necesario repreguntarse acerca del poder y la definición de ciudadano. Todo individuo comparte cultura, por lo que es necesario considerar todo acto comunicacional como acción intrínseca al hombre. La ruptura de las barreras espacio-tiempo, a través del uso de las nuevas tecnologías, permitió que se desarrollaran numerosas comunidades virtuales, las que se encuentran intrínsecamente relacionadas con la interpretación del derecho a la copia como derecho humano en el marco de la cultura participativa. Desde esta representación, comprender los bienes culturales como elementos indispensables de la sociedad actual implica legislar sobre las bases de la cultura compartida y no desde la perspectiva negativa del derecho que tiende, ante la irrupción de Internet, a la penalización de los usuarios.

A partir de estas líneas, se infiere la trascendencia de la intervención de los Estados como garantes de políticas públicas que posibiliten el ejercicio pleno de derecho y restrinjan el accionar de apropiación, privatización e indisposición de los bienes intelectuales a través del control de los soportes/servidores (Vercelli, 2009). En este contexto, la corporación Google es uno de los mejores ejemplos para observar la relación entre dos (o más) economías que se articulan y oponen a la vez. Google Inc es una empresa que, aunque la mayoría de los servicios se comprenden como gratuitos, se ha convertido en la principal empresa capitalista de servicios y publicidad global. Aunque sus servicios se corresponden con una economía de la abundancia, una parte central de su modelo de negocio se basa en el control privado y exclusivo que se ejerce a través de los servidores (Vercelli, 2009: 16).

En el plano de los dispositivos técnicos y tecnológicos, Neil Postman (1992) anticipaba que “las tecnologías alteran la estructura de nuestros intereses: las cosas sobre las que pensamos. Alteran el carácter de nuestros símbolos: las cosas con las que pensamos. Y alteran la naturaleza de nuestra comunidad: el espacio en el que se desarrollan los pensamientos” (p. 33). Este obstáculo se encuentra vigente en lo que refiere a la brecha tecnológica interna —entre ciudadanos de un país— y externa —entre naciones—, que se

traduce en una brecha por la participación, con lo cual esta distancia imposibilita la adquisición de conocimientos. El reto no estriba solo en la capacidad de leer y escribir, sino en la capacidad de participar en las deliberaciones sobre temas y enseñanzas relevantes y sobre las formas de conocimiento que exigen autoridad y respeto. Desde este enfoque, es fundamental comprender las acciones y las prácticas de los usuarios en Internet, pero no limitando su análisis en la producción de textos gráficos y audiovisuales, sino que comprendan también todas las interacciones como parte de la gestión de bienes comunes (Vercelli, 2009).

En lo que refiere a la copia, el emergente de una cultura digital permitió que Internet sea entendido como un medio de producción de obras culturales más que un canal masivo y centralizado de obras de la industria cultural. Así, las tecnologías digitales e Internet significaron un incremento en las capacidades de expresión y ejercicio de derechos en manos de los usuarios finales. Sin embargo, estos cambios también han traído serios problemas para muchos de los actores clásicos de la industria cultural a nivel global. Muchos de estos grupos sociales han circunscrito la copia ilegal como “piratería”, concepto naturalizado por la sociedad pero que no tiene su correlato en lo que el término en verdad significa. Las formas de controlar estas nuevas capacidades en manos de los usuarios finales es un tema en permanente tensión política y discusión a nivel mundial (Vercelli, 2008).

A partir de este enfoque, estamos en condiciones de plantear los desafíos de la ECOPOL como herramientas fundamentales para comprender la comunicación en la era digital. Será necesario repensar los marcos regulatorios y legislativos desde interpretaciones positivas del derecho, a fin de estar a la altura de los tiempos que corren y con un Estado comprometido en la función de garante de derechos. Se considera pertinente, entonces, entender la cultura participativa como una práctica intrínseca a los sujetos para establecer el derecho a copia como un derecho humano, vinculado a los hábitos y prácticas sociales que rigen a la humanidad desde sus orígenes. En coincidencia, las tres acciones estratégicas de concentración, manifiestas en la imposición de formatos digitales (predeterminados por los dispositivos tecnológicos) —a partir de la posición hegemónica de los motores de búsqueda (que puede discriminar los contenidos a indexar) y la monopolización de la cadena de valor del libro por parte de las empresas provenientes del ámbito tecnológico— son elementos que deben integrar un análisis exhaustivo de los estudios actuales, tanto a nivel regional como nacional e internacional. Comprender el rol hegemónico y predatorio de los mediadores tecnológicos con datos cuantitativos será clave para emprender toda política pública orientada al derecho humano de disponer de la cultura.

Consecuentemente, es imprescindible contemplar otros modos de producir y circular lo cultural diferentes a los que se han legitimado en la época moderna. Para ello, se puede tomar como ejemplo la creación de “dispositivos legales” como las licencias Copyleft —entre otras— que posibilitan la copia, distribución y derivación de las producciones, incluso con fines comerciales, con la única condición de que las obras derivadas también se inscriban bajo la misma licencia.

Desde esta perspectiva, los desafíos de los estudios actuales radican en realizar investigaciones integrales y complementarias, que tomen como objeto de estudio las actividades de la IC pero bajo la multidimensionalidad propuesta: económica, cultural, política y social. Si las TIC han propiciado cambios en todas las dimensiones de análisis, debe interpretarse que estos han sido transversales a todos los eslabones del fenómeno y sus efectos se cruzan entre sí.

Por último, los estudios de la ECOPOL han sido pioneros en la definición de las problemáticas descriptas, sobre todo para visibilizar el problema de la concentración en América Latina y las relaciones desiguales de poder entre la tríada conformada por Estados-Medios de Comunicación y Ciudadanía. Si a lo aportado incluyéramos las nuevas variables que imponen los procesos de conversión y convergencia, nos encontramos ante un marco teórico útil para desentramar el escenario actual. A su vez, sumar indicadores provenientes de otras disciplinas, tales como la sociología del trabajo (para comprender las nuevas condiciones laborales en la era digital), la informática (para describir la monopolización que imponen las tecnologías a través de formatos y dispositivos específicos), por mencionar algunos; estamos frente a una buena herramienta analítica e instrumental para el estudio de la comunicación y la cultura. No es una tarea arbitraria y tampoco fácil. Pero, como dice Joan Manuel Serrat, “caminante no hay camino, se hace camino al andar”.

## Notas

1. Los formatos digitales son los soportes materiales que permiten la reproducción, distribución, circulación y copia de las obras intelectuales en la era digital. Son formatos de archivo que habilitan la impresión y distribución, cuyos condicionamientos intrínsecos al diseño predeterminan que se puede hacer o no con ellos.
2. Coexisten en el mercado más de veinticinco formatos de archivo para publicación y lectura de un libro electrónico, incluidos los formatos de imágenes (JPEG, GIF, PNG o BMP) o de texto plano como el formato TXT (Laguarda Martínez, 2012: 3). La falta de estándares compartidos refiere a que cada empresa que desarrolla un dispositivo de lectura impone su propio formato digital.
3. Además de ser el mayor buscador web del mundo, sus negocios se expanden hacia otras ramas que exceden la organización de información: publicidad, sistemas operativos (Android) navegadores (Chrome), telefonía móvil, televisión (desarrolla hardware e integra soluciones para televisión), redes de banda ancha de alta velocidad y energías.
4. Cfr: “La cultura es mucho más que sus manifestaciones industriales”. Columna de opinión publicada en el portal de la Agencia de Noticias Telám, 15 de mayo de 2012 [en línea]. Disponible en: <<http://www.telam.com.ar/notas/201205/13642-la-cultura-es-mucho-mas-que-sus-manifestaciones-industriales.html>> [Consulta: 28 de diciembre de 2014].
5. Una de las primeras acciones por parte de la industria ha sido la penalización por ley debido a la reproducción por parte de los usuarios de obras protegidas por derechos de autor, pese a que su uso fuera educativo. Véase: B. Busaniche (coord.), *Argentina Copyleft. La crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*, Buenos Aires, Böll Cono Sur, pp. 43-51.

## Bibliografía

- Albornoz, L. A. (2011), “Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica”, *Nuestra bandera: revista de debate político*, N.º 230, pp. 35-51.

- Ambrojo J. C. (2008), "Libros electrónicos: Gutenberg se adapta a la era digital", *Técnica Industrial* [en línea]. Disponible en: <<http://www.tecnicaindustrial.es/tifrontal/a-2826-Libros-electronicos--Gutenberg-adapta-digital.aspx>>.
- Becerra, M. y G. Mastrini (2006), "La economía política de la comunicación vista desde América Latina", *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, diciembre, Brasil, pp.: 1-20.
- Becerra, M. y G. Mastrini (2008). "La compleja faceta del acceso infocomunicacional en América Latina", *Ecos de la comunicación* N.º 1 [en línea]. Disponible en: <<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/la-compleja-faceta-acceso-infocomunicacional.pdf>>.
- Becerra, M. y G. Mastrini (2009), *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en América Latina del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo.
- Becerra, M. (2012), "Redes y medios: la resurrección de la política", en Secretaría de Cultura de la Nación, *En la Ruta Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, pp. 71-86.
- Becerra, M. (2014). "Convergencia y políticas culturales, una agenda pendiente", *Revista Emprende Cultura* [en línea]. Disponible en: <<http://recursosculturales.com/revista/2014/06/convergencia-y-politicas-culturales-una-agenda-pendiente/>>.
- Bustamante, E. (2002), *Comunicación y cultura en la era digital*, Barcelona, Gedisa.
- Bustamante, E. (coord.) (2003), *Hacia un nuevo sistema mundial de la comunicación. Las Industrias Culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa.
- De Moraes, D. (2010), "Cultura tecnológica, innovación y mercantilización", en D. De Moraes (comp), *Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*, Buenos Aires, Paidós, pp. 45-81.
- Gillespie, T. (2007), *Wired Shut*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- Igarza, R. (2012), "Internet en transición: a la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital", en Secretaría de Cultura de la Nación, *En la Ruta Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, pp. 147-158.
- Igarza, R. (2012a), *Nueva agenda del libro y la lectura*, Colombia, CERLAC.
- Jenkins, H. (2008), *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Laguarda Martínez, J. (2011), *Industria editorial y transformación tecnológica: ¿adiós al soporte impreso?* [en línea]. Disponible en: <[http://www.perfiles.cult.cu/article.php?numero=6&materia=6&article\\_id=259](http://www.perfiles.cult.cu/article.php?numero=6&materia=6&article_id=259)>.



- Laguarda Martínez, J. (2012), *Industria Editorial: Tendencias actuales y desafíos de transformación* [en línea]. Disponible en: <<http://www.uh.cu/centros/ciei/biblioteca/publicaciones/2011/15-IndustriaEditorial.pdf>>.
- Mastrini, G. y C. Bolaño (eds.) (1999), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Buenos Aires, Biblos.
- Mastrini, G. y M. Becerra (2001), "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala", en F. Quirós Fernández y F. Sierra Caballero (eds), *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Mastrini, G. y M. Becerra (2006), "Globalización, mercado e Industrias Culturales: ¿resistencia o simulacro?", en *XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.
- Mastrini, G. y M. Becerra (2007), "Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina", *Revista Zer* N.º 22, pp. 15-40.
- Mastrini, G., De Charras, D. y C. Fariña (2008), "Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano", *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*, Vol. XIII, N.º 3, diciembre, Ulepicc-Epict.
- Mastrini, G. y M. Becerra, (2011), "Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano", *Revista Comunicar* N.º 36, México.
- McChesney, R. (2013), *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*, New York, New Press.
- Miége, B. (2006), *La concentración en las Industrias Culturales y mediáticas y los cambios en los contenidos* [en línea]. Disponible en: <<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC0606110155A.PDF>>.
- Miége, B. (2008), "Las Industrias Culturales y de información: un enfoque socioeconómico", *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, Vol. 10, N.º 1, México, Universidad Autónoma de Baja California [en línea]. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/pdf/155/15510110.pdf>>.
- Miége, B. (2010), "La cuestión de las TIC: hacia nuevos planteamientos", en D. De Moraes (comp.), *Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*, Buenos Aires, Paidós, pp. 15-45.
- Mosco, Vincent (2009), *La economía política de la comunicación*, Barcelona, Bosch.
- Postman, N. (1992), *Technopoly: La rendición de la cultura a la tecnología*, Barcelona, Galaxia Gutenberg.
- Rodríguez Miglio (s/f), *Contenido del derecho de autor. Derecho moral y derechos patrimoniales. Los titulares. Los derechos protegidos: monopolio de explotación, derecho a disponer de la obra, derecho*

de reproducción y comunicación al público [en línea]. Disponible en:  
<[www.cadra.org.ar/upload/Rodriguez\\_Miglio\\_DA\\_en\\_Ambiente\\_Digital.pdf](http://www.cadra.org.ar/upload/Rodriguez_Miglio_DA_en_Ambiente_Digital.pdf)>.

Vercelli, A. y H. Thomas (2007), "La co-construcción de tecnologías y regulaciones: análisis socio-técnico de un artefacto anticopia de Sony-BMG", Revista *Espacios* N.º 3, pp. 5-30.

Vercelli, A. (2009). "Repensando los bienes intelectuales comunes: análisis socio-técnico sobre el proceso de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y derecho a copia y las tecnologías digitales para su gestión" [en línea]. Disponible en: <<http://www.ariolvercelli.org/rlbic.pdf>>.

Vercelli, A (2010), *Google Books y los cambios en las industrias editoriales. Cuadernos de Políticas Culturales: Indicadores Culturales 2010*, Buenos Aires: UNTREF, pp. 126-137 [en línea]. Disponible en: <<http://www.ariolvercelli.org/gbylcelie.pdf>>.

Vercelli, A. (2011), *El derecho de copia, derecho a la riqueza* [en línea]. Disponible en: <<http://www.telam.com.ar/notas/201110/15390-el-derecho-de-copia-derecho-a-la-riqueza.html>>.

Vercelli, (2012), *La cultura es mucho más que sus manifestaciones industriales* [en línea]. Disponible en: <<http://www.telam.com.ar/notas/201205/13642-la-cultura-es-mucho-mas-que-sus-manifestaciones-industriales.html>>.

Vercelli, A. (2014), *Google Books y la privatización de la inteligencia comunitaria* [en línea]. Disponible en: <[http://www.centrocts.org/wpcontent/uploads/2014/05/SeminarioCTS\\_Vercelli.pdf](http://www.centrocts.org/wpcontent/uploads/2014/05/SeminarioCTS_Vercelli.pdf)>.

Zallo, R. (1988), *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, Akal.

Zallo, R. (2010), *Industrias Culturales y ciudades creativas* [en línea]. Disponible en: <<http://ramonzallo.com/wp-content/uploads/2012/02/kreanta-publicacion.pdf>>.

Zallo, R. (2011), *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*, Barcelona, Gedisa.

Zallo, R. (2013), "Continuidades y rupturas entre comunicación analógica y digital: pensar las políticas públicas. Conferencia inaugural ULEPICC", en *Actas del VIII Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura*, pp. 14-41 [en línea]. Disponible en: <<http://ulepicc.com/wp-content/uploads/VIII-Congreso-ULEPICC-Libro-de-Actas-QUILMES-Argentina.pdf>>.

Artículo recibido el 25/03/15 - Evaluado entre el 24/04/15 y 29/05/15 - Publicado el 25/06/15