

LA CULTURA LIBRE Y EL COPYLEFT EN LO ARTÍSTICO

DEBATES EN TORNO A LOS SENTIDOS DE OBRA Y AUTOR

AUTORA

Bianca Racciope Instituto de Investigaciones en Comunicación (icom)
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Resumen

Palabras clave

comunicación
arte
copyleft

El texto problematiza cómo desde los circuitos hegemónicos del mundo del arte se han cristalizado nociones de autoría y de obra vinculadas a una matriz liberal, atravesada por el mercado y por la idea de progreso individual. A esto se oponen las lógicas desde las que producen los artistas con *actitud* Copyleft. Lógicas vinculadas a las potencialidades que abren las tecnologías digitales e Internet y que llevan a establecer espacios curatoriales en la web.

TESIS

CULTURA LIBRE Y COPYLEFT: HACIA UNA REDEFINICIÓN EN LA MANERA DE ENTENDER
LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

INSCRIPCIÓN

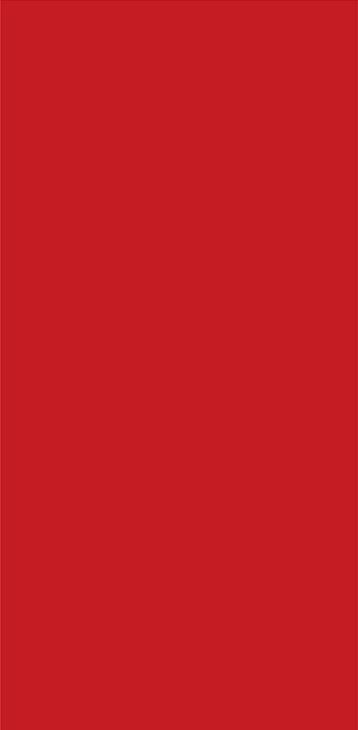
BECA TIPO B
Facultad de Periodismo
y Comunicación Social - UNLP

DIRECTOR

Carlos Giordano



Esta obra está bajo
una Licencia Creative
Commons Atribución-
NoComercial-SinDerivar
4.0 Internacional.



LA CULTURA LIBRE Y EL COPYLEFT EN LO ARTÍSTICO

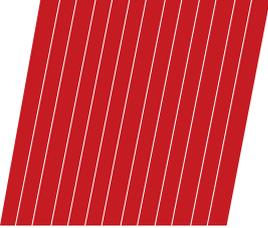
Debates en torno a los sentidos
de obra y autor

De qué hablamos cuando decimos Cultura libre y Copyleft

Sustentado en las ideas de que la cultura se defiende compartiéndola y de que toda producción es parte de un «fondo común» y no del genio «iluminado» de un individuo, el Copyleft no es sólo una licencia, sino, principalmente, una *actitud* frente a los modos de entender la creación y las obras. Así, si bien muchos artistas no utilizan explícitamente la licencia Copyleft, ya que la mayoría de los que se inscriben en esta *actitud* eligen licenciar con Creative Commons, acuerdan con las ideas fundantes y permiten que sus producciones circulen, sean compartidas y sean reapropiadas.

Las Creative Commons son licencias que podríamos considerar «para armar» porque posibilitan que los productores/ autores elijan cómo quieren compartir sus trabajos; si van a permitir o no que se distribuyan, se deriven o se copien con o sin fines de lucro. Las licencias de tipo Copyleft habilitan las cuatro libertades: de ejecución, de estudio, de copia y de distribución (incluso con fines comerciales) y agregan el *hack* de que los trabajos derivados o copiados deben tener la misma licencia. Hay una Creative Commons que cumple con estas libertades del Copyleft: la Compartir-derivadas-igual.

Más allá de que no utilicen la Creative Commons de tipo Copyleft, hay en estos otros modos de licenciamiento que eligen



–que no son el de «todos los derechos reservados»– una *actitud* que implica, sin duda, una oposición a los modos hegemónicos de gestión de lo cultural-artístico y la propuesta de una transformación en los modos de entender al arte, al artista y a la obra. Son esas redefiniciones las que investigo en mi tesis de Doctorado de la que este artículo se desprende.

Por su parte, la Cultura libre nombra a un movimiento heterogéneo de autores, de realizadores, de creadores, de pensadores que consideran que la cultura es una construcción colectiva y que, por lo tanto, no debe estar limitada por «todos los derechos reservados».

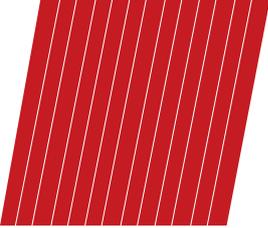
Es en los principales postulados del software libre donde reside el origen del movimiento de la Cultura libre y el Copyleft. El software libre propone cuatro libertades básicas: de ejecución, de estudio, de copia y de distribución. Esto, que surge en el campo de la informática, se traslada al campo artístico con un sentido político claro: la cultura es una creación colectiva y, por lo tanto, no puede restringirse su circulación.

Estos dos grandes conceptos –el de Cultura libre y el de Copyleft– permiten en la actualidad que distintos grupos de artistas puedan nuclearse en torno a esta perspectiva común, que piensa a las producciones culturales desde otro lugar.

A qué se opone la *actitud* Copyleft

En este apartado me propongo retomar las miradas institucionalizadas acerca de la producción artística, problematizando lo que considero son los tres pilares de la legitimación y la circulación de lo cultural-artístico en la actualidad: la Institución arte, la Industria Cultural y las Gestoras Colectivas de Derechos de Autor. Cada uno de estos pilares se entrelaza y se combina con el otro, legitimando los modos de entender la producción, la circulación y la distribución de lo artístico.

Este recorrido pretende dar cuenta de a qué miradas y a qué concepciones se opone el movimiento de la Cultura libre y el Copyleft; pero también qué de estas concepciones permanecerá en un movimiento que se presenta como emergente, pero que está cargado de aspectos residuales y que aún no ha logrado separarse totalmente de lo dominante.

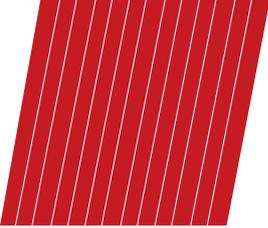


La Institución arte: los problemas del arte autónomo y el artista genio

Autores como Isabelle Graw (2013) y Peter Bürguer (2000) señalan que el problema de la autonomía del arte aparece en la sociedad burguesa. Antes de ese momento histórico el arte había estado unido a la praxis vital, al ritual de lo cotidiano, pero también a lo religioso, como objeto de culto (Bürger, 2000). A partir de las transformaciones en los modos de producción y de organización social –la división del trabajo, la separación de los trabajadores de sus medios de producción, la departamentalización del conocimiento en áreas diferenciadas– el arte será colocado en un lugar de autonomía, tanto desde la producción como desde los modos de recepción. Aquello que en el arte sacro o en el arte cortesano –retomando los momentos analíticos planteados por Bürguer–, estaba asociado a lo colectivo, será producido y será recepcionado en forma individual en la época moderna. Es interesante pensar que no es sólo la manera de producir el arte lo que se modifica, sino también la manera de recepcionarlo, de consumirlo; por ejemplo, la creación de espacios propios de lo artístico como las galerías y los museos.

En este punto debemos hacer una pequeña digresión respecto de lo que significan en este contexto los medios de reproducción y también los medios de comunicación que permiten sacar al arte de esos espacios. Sin embargo, las producciones artísticas se siguen leyendo en torno a los ámbitos constituidos en la Modernidad y, desde esta lógica, aquel arte que no circula por los circuitos de lo que Sarah Thornton (2009) llama «mundo del arte» es denominado como *contrahegemónico* o *contracultural*; es el arte de los márgenes que se piensa no como *algo otro*, sino como *algo que se opone a*. Y aquel arte que circula por los medios de comunicación es el que se ha legitimado como *mainstream*; por lo tanto el museo, la galería, las exposiciones siguen vigentes como ámbitos legitimadores de lo artístico, más allá de las transformaciones tecnológicas que han ampliado el acceso.

Retomando, podemos señalar que esta separación del arte de la vida transformará los sentidos de lo artístico convirtiéndolo en algo para ser contemplado, admirado; y del autor, que tendrá una firma, un nombre ligado a un valor de cambio de acuerdo al reconocimiento y a la legitimación que obtenga de los circuitos que han sido establecidos por la institución. Bürguer se refiere a la Institución arte como aquella que «dicta y controla tanto su producción y su distribución



como las ideas que regulan la recepción de las obras completas» (2000: 23) a la que considera «completamente formada hacia finales del siglo XVIII» (2000: 103).

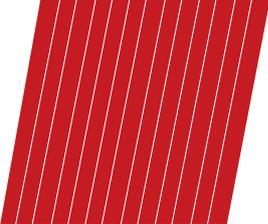
Algo similar plantea Jesús Martín Barbero cuando se refiere al pasaje de la fiesta al espectáculo, el corrimiento de lo que se experimenta con el cuerpo a lo que se contempla con los ojos.

La *deformación* opera por la transformación de la fiesta en *espectáculo*: algo que ya no es para ser vivido, sino mirado y admirado. Convertida en espectáculo la fiesta, que en el mundo popular constituía el tiempo y el espacio de la máxima fusión de lo sagrado y lo profano, pasará a ser el tiempo y el espacio en que se hará especialmente visible el alcance de su separación: la demarcación nítida entre religión y producción ahora sí oponiendo fiesta y vida cotidiana como tiempos del ocio y del trabajo (1991: 100).

Nuevas temporalidades, nuevos modos de organización del tiempo, marcado ahora por la lógica de la producción. Todas estas transformaciones se dan en el modo de organización capitalista. En este contexto, el arte será una mercancía producida para un mercado, para un circuito de consumo y legitimación. Eduardo Grüner se refiere al «máximo fetichismo ideológico, el de la pura mercancía» (2001:172), a la obra de arte, bajo las relaciones de producción capitalistas, como mercancía fetichizada y fetichizante; el arte es así «casi todo él institución y/o mercado» (2001: 97).

En palabras de Graw (2013), la autonomía ha sido más un anhelo que un hecho, pero al «predicarse» como autónomo el arte no sólo se desliga del ritual de la vida, de lo mundano, sino que se libera de las acusaciones que puedan vincularlo a la búsqueda de rédito como un fin. De ahí también se desprende la idea romántica del artista bohemio, pobre, incomprendido. Una mirada que va a cambiar a partir de la década de 1990 cuando el éxito económico deja de estar «mal visto» y el artista se muda del estudio a la empresa.

Si bien este reconocimiento de la interrelación entre el mercado y el arte, esta nueva mirada del artista-empresario, se produce recién en las últimas décadas del siglo XX, ese vínculo es característico de la idea que la Modernidad estableció acerca del arte y la obra. Ya en el siglo XVI ciertos artistas comienzan a adquirir «fama», «nombre», «marca» –para pen-



sarlo en los términos de las Industrias culturales actuales–, tal como lo explica Jean Gimpel:

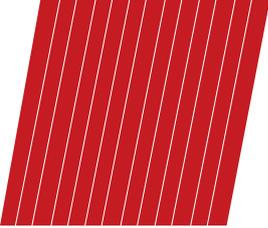
Se esfuma la importancia del tema. Lo que importa es adquirir la obra hecha por tal o por cual maestro. Ya no se quiere una Madonna o un Descenso de la Cruz, sino un Leonardo da Vinci, un Miguel Ángel o un Bellini. En 1501, Isabel de Este, que quiere tener un Leonardo da Vinci, deja al autor en libertad para elegir el tema. Escribe: «Si consintiera en realizar una tela para nuestro estudio, le dejaríamos la elección del tema y de la hora» (1979: 49).

No es casual, entonces, que sea en ese momento histórico cuando la producción artística transformada en mercancía empiece a tener leyes que la protejan y que la restrinjan con el objetivo de fomentar la creatividad, entendida o asumida como la obra de un genio creador (individual), tal como sostienen actualmente las Gestoras Colectivas de derechos. Tampoco es casual que esa pretendida autonomía derive en una *liberación* del arte de su vínculo con lo cotidiano, con la artesanía, con el trabajo manual, para convertir a la obra en una pieza única, original y entendida como un bien escaso que podrá comercializarse en el mercado.

La idea de la obra única producida por el artista genio que crea en soledad será una invención de la Modernidad, atravesada por el modo de organización capitalista. Y en esta lógica empezará a jugar otra institución central: la Industria Cultural que, aunque alejada de este concepto de lo único y de lo irrepetible de la obra de arte –ya que la industria se caracteriza por la serialización–, contribuirá a sentar las bases del mundo del arte. Si bien es discutida desde una mirada de las *bellas artes*, la Industria Cultural se constituye en una pata más del circuito contemporáneo de producción y de circulación artística, contribuyendo a establecer miradas acerca de la autoría y de la obra y, especialmente, permitiendo la interrelación del arte, de los medios y del mercado.

La innovación que demandan las Industrias Culturales y la creatividad entendida desde una matriz neoliberal

Antes de avanzar, debo señalar que parto de entender a la cultura como algo siempre vinculado a las condiciones materiales de existencia, como un proceso dinámico, como una

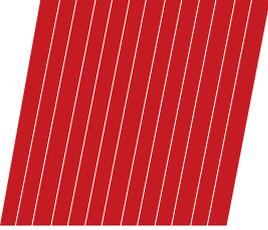


arena de lucha y de disputa; surge, así, la pregunta acerca del lugar que ocupa lo que ha sido definido como Industria(s) Cultural(es), cómo debe ser leída o cómo debe ser pensada en estos contextos.

Este concepto, acuñado por Theodor Adorno y Max Horkheimer, remite a una idea de la cultura entendida en tanto es producida desde lógicas industriales. El concepto tuvo, en sus orígenes, una carga negativa, ya que la Industria Cultural era vista como la *clausura del arte*. La razón instrumental, que había vaciado a la razón iluminista de todo contenido y la había transformado en mera cáscara e instrumento, oficiaba en el arte una pérdida de su sentido crítico y político y lo transformaba en una maquinaria más del sistema totalitario de opresión.

Pero esta lectura frankfurtiana que coloca al sujeto en un lugar de completa alienación frente a las condiciones materiales que lo rodean, que piensa el tiempo del ocio como tiempo de reproducción, ha sido, en parte, superada. En la actualidad, la categoría de Industria Cultural no viene unida a la carga de opresión que le otorgaron Adorno y Horkheimer. Esta transición del sentido del concepto se relaciona, entre otras cosas, con las relecturas que se hicieron de Walter Benjamin y con los trabajos de los teóricos de la Escuela de Birmingham. Raymond Williams, con su planteo de lo dinámico en la cultura y su situar lo popular no como algo externo a lo hegemónico, sino como parte del mismo proceso de la hegemonía (a partir de sus lecturas de Antonio Gramsci, claramente), llevó la discusión a otro terreno. No ya el de la simple reproducción y opresión, sino al terreno de lo que Martín Barbero (1991) llamará mediaciones: las matrices culturales desde las cuales comprender los rituales y los discursos de los medios, de los productos de la Industria Cultural.

La pregunta que surge, entonces, es cuáles de aquellos sentidos aún persisten en esta categoría, en la forma en que es pensada desde los propios grupos que se inscriben en la Cultura libre y en el Copyleft. En la mirada de los artistas que licencian sus obras con Copyleft hay una oposición a las lógicas del mercado, a las reglas que ese mercado fija para la circulación de lo cultural-artístico (por ejemplo, la homogeneización de los procesos productivos, al establecer límites a la extensión en minutos de las canciones, al generar tópicos de *best sellers* o narratividades que se uniformizan), y un enfrentamiento con los circuitos tradicionales de distribución y con las cláusulas legales que reservan derechos; pero no

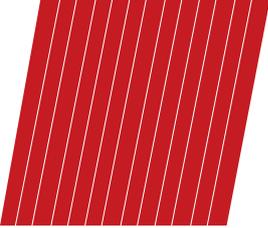


hay –como sí había en Frankfurt– una crítica al vaciamiento del arte por la tecnificación de la sociedad.

Los artistas que se inscriben en el Copyleft se oponen a pensar a la producción artística en tanto envase, en tanto marca, en tanto productos *uniformizados* para el comercio-consumo. En esta mirada hay un eco de los planteos frankfurtianos, con la importante diferencia en los modos en que se comprende al receptor; ya que desde el movimiento de la Cultura libre se propone una ruptura con el concepto de autor que la Modernidad instauró, la idea del genio creador, de la marca individual; si el conocimiento y la producción son entendidos en tanto sociales, entonces todos podemos aportar a ese fondo común. Desde este lugar, no hay alienación posible en los procesos de recepción, ni siquiera en aquellos atravesados por las lógicas de la Industria Cultural y de la Institución arte.

Para entender esta postura y no asociarla directamente a una mirada frankfurtiana de la Industria Cultural debemos explicar primero qué otros sentidos ha adquirido esta categoría. En los últimos tiempos, este concepto se ha vuelto principalmente descriptivo –ya no tiene la fuerza crítica que tenía en los teóricos de Frankfurt– de los procesos y de los modos en los que los bienes simbólicos son producidos y son distribuidos. Es la industria de los bienes simbólicos, aquella dedicada «a producir y a comercializar con criterios industriales bienes y servicios destinados específicamente a satisfacer o a promover demandas culturales con fines de reproducción ideológica, económica y social» (Getino, 2003: 20). Así, Osvaldo Getino sitúa a las Industrias Culturales como aquellas que combinan dos componentes esenciales: lo material y lo inmaterial, lo tangible y lo intangible, lo económico y lo cultural. Es decir que por Industrias Culturales se entiende a aquellas que «satisfacen demandas que ponen en primer plano la percepción o el uso de valores simbólicos» (Getino, 2011: 140).

Por su parte, Néstor García Canclini (2005) explica que la categoría tradicional de Industrias Culturales ha sido reemplazada en algunos lugares, por ejemplo en la bibliografía producida en las academias estadounidenses, por la de Industrias del entretenimiento o, incluso, por el de Industrias de la Información. Según Canclini, esto se debe a que estas categorías permiten incluir, «conjuntamente, radio, televisión, discos, diversiones en vivo y actividades escénicas» (2005: 94) y la categoría de Industrias de la Información

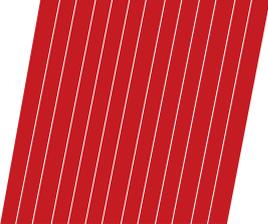


abarca «libros, revistas y periódicos, con lo cual evitan la discusión sobre qué películas consideran culturales y cuáles de diversión, porque todas las películas entran en el paquete de industrias del entretenimiento» (2005: 94-95). Estas definiciones nos llevan a preguntarnos por las ideas de entretenimiento, de diversión y de cultura que subyacen en estas maneras de entender la producción de los bienes simbólicos. Sin duda, no parece haber un concepto amplio de lo cultural, sino una idea restringida que asocia la cultura a la noción de *bellas artes* (por eso tienen que salvar el problema de distinguir cuáles películas son «culturales» y cuáles no) y la separa del entretenimiento. Nuevamente, los compartimientos que dividen las producciones en culto, popular y masivo y que colocan al entretenimiento como lo popular *fagocitado* por lo masivo.¹

Otro aspecto a considerar es cómo se entiende la creatividad desde estas miradas, un punto con el que también discuten los artistas que se inscriben en la *actitud* Copyleft. Es interesante resaltar aquí que otra de las denominaciones para este tipo de producciones –que la UNESCO apoya– es la de «Industrias protegidas por el derecho de autor». Esta definición es significativa ya que establece una correlación entre las legislaciones vigentes de autoría, el mercado y las formas simbólicas. Coloca a las producciones culturales como bienes intelectuales fijados en soportes (que son los que las leyes de Propiedad Intelectual protegen) y, al mismo tiempo, acepta la monopolización de esos bienes intelectuales colocándolos en manos de Industrias que estarían protegidas por estas leyes.

En estos términos también se piensa a las Industrias Culturales como creativas y se las enuncia como «Industrias culturales y creativas», lo que coloca a la creación, entendida como individual y como motor de la innovación, en el centro de la producción de los bienes simbólicos. Así lo explica la UNESCO:

En los años 90, emerge el concepto de economía creativa que entiende la creatividad –en un sentido amplio– como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios. Ello da lugar, primero en Australia y más tarde en el Reino Unido, al concepto de industrias creativas, entendidas como aquellas que «tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual». En esos



años, surgen también otros conceptos próximos, aunque diferentes, como las industrias de contenido o las industrias protegidas por el derecho de autor (2010: 17).

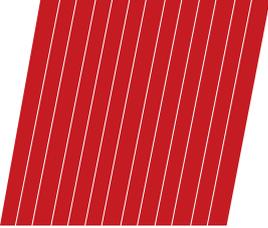
El problema que trae aparejada esta idea de creatividad, más allá de pensarla como una acción individual, es que la considera el motor de la innovación, justificando, de esta manera, el cobro de regalías y la privatización de lo cultural en manos de monopolios que detentan los derechos de reproducción y de copia de los bienes simbólicos. Los derechos patrimoniales –de distribución, de copia, de exhibición– de esos autores con *nombre propio* que erigió la Modernidad quedan muchas veces en manos de las Industrias Culturales: sellos discográficos, editoriales, distribuidoras cinematográficas. A esta privatización de lo cultural, se suma la legitimación de una búsqueda de la creatividad, del ser creativo, arraigada en las décadas marcadas por el modelo neoliberal, que se ha exportado del campo de lo artístico al campo empresarial, borrando aún más la línea que «supuestamente» separaba a ambos mundos.²

Y es a partir de este concepto de creación que entran a jugar las Gestoras Colectivas de Derechos de autor, entidades creadas en el siglo xx desde una mirada restrictiva de la cultura y del arte; una concepción que pone el centro del debate en un autor individual que, según se sostiene desde estas entidades, se encuentra desprotegido ante la emergencia de las tecnologías digitales y los nuevos modos de circulación y de apropiación que éstas proponen.

Gestoras Colectivas de Derechos de autor Una zona de disputa con la mirada Copyleft

Las Gestoras Colectivas son asociaciones civiles que representan y que gestionan de manera colectiva los derechos de los autores o de los titulares de los derechos sobre las obras intelectuales. Administran, controlan, negocian con terceros las licencias, y recaudan y distribuyen entre sus asociados los derechos patrimoniales de autor sobre las obras intelectuales.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) define a la gestión colectiva de los Derechos de Autor como «el ejercicio del derecho de autor y los derechos conexos por intermedio de organizaciones que actúan en representación de los titulares de derechos, en defensa de sus intereses».

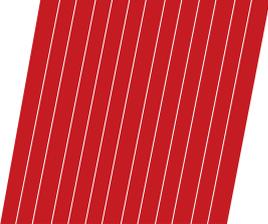


Según la OMPI, éstas son necesarias porque constituyen «un punto de enlace entre creadores y usuarios de obras protegidas por derecho de autor (por ejemplo, las emisoras de radio), ya que garantizan que los creadores reciban la debida retribución por el uso de sus obras».

Las Gestoras Colectivas que existen en la Argentina son: Argentores (Sociedad General de Autores de la Argentina), SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores), AADI (Asociación Argentina de Intérpretes), CAPIF (Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas), DAC (Directores Argentinos Cinematográficos) y SAGAI (Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes). Ellas tienen el monopolio de representación de los artistas incluidos en esos rubros, es decir que ningún artista u obra queda por fuera de la gestión colectiva de derechos. También existen asociaciones que gestionan derechos; pero sólo de aquellos artistas que se asocian, tienen la misma lógica de funcionamiento en cuanto a recaudación por canon; pero sólo gestionan el repertorio de sus asociados. Este es el caso de SAVA (Sociedad de Artistas Visuales Argentinos), la CAL (Cámara Argentina del Libro) y CADRA (Centro de Administración de Derechos Reprográficos).

Las Gestoras Colectivas tienen como rol la representación de los autores, pero principalmente administran los derechos patrimoniales (económicos) que refieren a regalías, a cánones por el uso o por a distribución de esas obras. Tienen la gestión monopólica de esos derechos y ese será uno de los puntos que llevará a los artistas inscriptos en el movimiento de la Cultura libre a oponerse a estas entidades. Pero también se oponen en relación con la concepción de creación que sustentan, ya que, mientras desde el movimiento de la Cultura libre se propone que la creación se defiende compartiéndola, los representantes de las Gestoras Colectivas, las organizaciones y los especialistas que acuerdan con las leyes de Propiedad Intelectual y Copyright consideran que la cultura y que las producciones se defienden protegiéndolas y que la recaudación de las regalías es lo que desarrolla la creatividad.

Así como define a las Industrias Culturales como aquellas protegidas por los Derechos de autor, respecto de las Gestoras Colectivas sostiene:

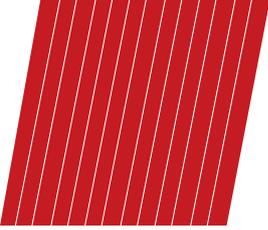


La protección por los derechos de autor y los derechos conexos es esencial para favorecer la creatividad individual, el desarrollo de las industrias culturales y la promoción de la diversidad cultural. La piratería desenfrenada y la insuficiente aplicación de las leyes sobre los derechos de autor destruyen las herramientas de promoción de la creación y de la distribución de los productos culturales locales en todos los países del mundo, haciendo patente la necesidad de desplegar esfuerzos concertados con vistas a fomentar la creatividad y a favorecer el desarrollo sostenible (UNESCO: s/p).

Como se señaló, en las artes visuales argentinas no hay Gestoras Colectivas de derechos en los términos en que existen en áreas como la música, la dirección cinematográfica o la autoría de obras escritas –es decir, que gestionen el total del repertorio musical o autoral en sus respectivos campos de acción–, pero sí existen sociedades que gestionan los derechos de sus asociados; por ejemplo, SAVA (Sociedad de Artistas Visuales Argentinos). Fuera de estos marcos, los artistas visuales exponen sus obras, las presentan en galerías, las venden y, en muchos casos, si no media un contrato que explicita lo contrario, ceden los derechos de exhibición o de distribución que quedan en manos del comprador, que a veces es un museo y otras muchas es un coleccionista privado.

Si bien la Ley 11.723 establece a las «obras de dibujo, pintura, escultura, arquitectura; modelos y obras de arte o ciencia aplicadas al comercio o a la industria» comprendidas dentro del marco de la protección a la propiedad intelectual –por lo que los plazos de derechos son de setenta años luego de la muerte del autor, tal como lo es para otras artes–, hay una especie de tradición que establece que al vender la obra se pierden sobre ella los derechos de exhibición y de distribución (esta distribución podría, en el caso de las obras tangibles y únicas, entenderse como reventa), que quedan en manos del comprador.

Los museos o los coleccionistas se convierten así en los dueños de esos derechos y pueden utilizar la obra para exhibiciones y, en algunos casos, la imagen de la obra para catálogos, por ejemplo. Pero estos museos y estos coleccionistas limitan el uso de las imágenes de las obras ya que, en la mayoría de los casos, no dejan que se tomen fotografías y hay que pedir permisos especiales para incluir reproducciones, incluso en libros con destino académico. Por esto, no sólo el autor pierde toda decisión sobre su obra sino que también



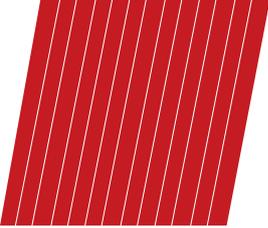
se restringe la circulación, incluso para el estudio o para la investigación, especialmente con el arte que se privatiza.

La tradición ha marcado estas reglas tácitas y tal vez sea por eso que no hay un replanteo acerca de los licenciamientos como sí lo hay en el campo de la música, en el que los artistas luchan por decidir la distribución de sus canciones más allá de los grandes sellos discográficos. Quizás este sea uno de los motivos por el cual las licencias Creative Commons no se han expandido en el mundo del arte plástico; sin embargo, considero que es en estos espacios nebulosos donde las licencias Creative Commons o Copyleft se vuelven fundamentales, porque mediante su uso queda explicitado qué permite el autor (y en ese caso el museo o el coleccionista privado no sería el dueño total de los derechos patrimoniales de las obras). El uso de licencias libres o abiertas sería una manera de respetar y de reivindicar al autor en un área en la que la Institución no sólo legitima qué es arte, sino que también adquiere las obras con plenos derechos y de manera permanente. Esta solución al modo en el que los artistas plásticos se relacionan con la Institución arte es más acorde al contexto actual que el establecimiento de Gestoras Colectivas que en otras áreas –como sucede con la música– han demostrado constituirse en un cuello de botella para la real representación del pleno de los autores.

Sin duda las Gestoras Colectivas se ven amenazadas por las potencialidades del compartir que instalan las tecnologías y, principalmente, Internet, que complejiza las actividades de control a las que estaban destinadas. También hay una amenaza a los modos modernos de comprender la creación, la obra, el artista y, también, a las corporaciones culturales que los representan y los agrupan.

La otra postura, la de los referentes del movimiento de la Cultura libre, sostiene que, por un lado, la forma en que están organizadas las Gestoras Colectivas favorece a ciertos autores, compositores, músicos que son mainstream; pero no a todos los autores. Y que, además, la cultura no se defiende protegiéndola, sino compartiéndola.

Es con los modos de gestión de las obras y de las miradas acerca de lo cultural que representan las Gestoras Colectivas con lo que discuten los artistas que se inscriben en el movimiento de la Cultura libre y el Copyleft porque, sencillamente, no se sienten representados ni incluidos por estas organizaciones. Es en ese punto en el que deben disputar

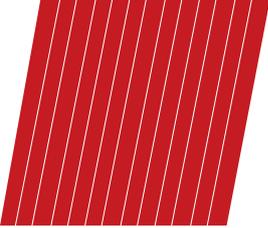


otros modos de organización y de gestión de sus derechos: el licenciamiento con Creative Commons o Copyleft es una manera, pero sigue existiendo una carencia en el sentido de que estas Gestoras Colectivas de Derechos de Autor imponen sus normas aún a aquellos artistas que no quieren pertenecer a esos modos de pensar y de producir arte. ¿En qué sentido ocurre esto? Por ejemplo, mediante cierto control sobre las salas de teatro para la representación de las obras, el cobro de tasas para la fabricación de discos o el cobro por las obras que se ejecutan en lugares públicos aunque tengan licencias libres o abiertas. Esto ocurre porque tienen el monopolio, la exclusividad –otorgada por las leyes que los reconocen en tanto Gestoras Colectivas– de la representación y de la administración de esos derechos patrimoniales.

Como las licencias de tipo Copyleft, o cualquiera de las Creative Commons, no desconocen los derechos morales de los autores (la adjudicación de la «paternidad» de la obra), el registro de las obras no sería una contradicción, porque eso es lo que avala la autoría. Sí entran en contradicción algunas maneras de gestionar esos derechos, especialmente los derechos comerciales, cuando la licencia permite usos que no están contemplados por la Ley de Propiedad Intelectual o el Copyright; por ejemplo, si el autor libera la obra con posibilidad de usos comerciales está cediendo su derecho a cobrar regalías por su distribución o por su adaptación. En ese sentido, la gestión de derechos patrimoniales, tal como funciona actualmente –sin discriminar este tipo diferente de licenciamientos–, no incluye ni representa a los autores que, haciendo uso de su derecho de autor, permiten otros modos de circulación de sus obras.

La actitud Copyleft y sus espacios curatoriales difusos

Este recorrido por los circuitos hegemónicos de lo artístico nos muestra que la gestión de lo cultural está referenciada a una idea de protección y de conservación, a una idea de restringir usos para, supuestamente, preservar originalidades, y promover la innovación y la creatividad; conceptos que son entendidos desde una matriz liberal que coloca lo individual como el motor de la historia. Pero ¿qué ocurre cuando esas ideas de lo original y de la creación se ponen en cuestión, qué ocurre cuando ciertas tecnologías facilitan los accesos a la copia, a la derivación y a la distribución? ¿Qué ocurre

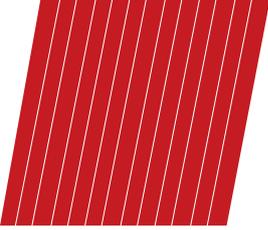


cuando lo colectivo, que en realidad siempre ha formado parte de los modos de producción, empieza a visibilizarse en las lógicas colaborativas que potencian escenarios como el de Internet? Es en ese momento cuando esos modos instituidos entran en crisis y pueden verse esos otros modos, ese movimiento subyacente que propone otras maneras de gestionar el arte. Son Internet y las tecnologías digitales las que ponen en crisis aquello que estaba cristalizado y las que brindan el momento oportuno para que ciertos grupos de artistas empiecen a dar la discusión acerca de esos modos silenciados, esas prácticas no reconocidas por la Institución arte y por el mercado.

Surgida del Software libre, la actitud Copyleft encuentra en las redes modos de asociación y de creación colaborativa: trabajo distribuido, constitución de comunidades no situadas (que si bien no son propias de Internet, ya que los primeros periódicos ya producían la sensación de ser parte de algo que no se abarcaba corporalmente, con Internet esa experiencia se profundiza), facilitación de instancias de creación colaborativa (por ejemplo, las experiencias wikis o de otras plataformas que permiten trabajar colectivamente), posibilidad de compartir producciones de manera más sencilla (gracias a la digitalización de los materiales). A esto se suma el acceso cada vez más simple a software que permite grabar discos, de editar libros, sin necesidad de acudir a intermediarios. Internet brinda, además, un espacio para poner a circular esas producciones, para hacerlas visibles y para distribuirlas.

Los artistas que trabajan desde la actitud Copyleft proponen usos que promueven el compartir; así, los materiales que crean están disponibles para que otros los usen y los modifiquen, los deriven y los circulen. En algunas experiencias, incluso, las web se convierten en plataformas de creación conjunta; el caso de RedPanal⁴ es el más evidente, porque propone construir una comunidad de músicos que trabajan en forma distribuida y deslocalizada. Otros proyectos inscritos en la actitud Copyleft se constituyen en el espacio de Internet, por ejemplo, los Net.Labels Uf Caruf⁵ y Concepto Cero,⁶ que han encontrado lógicas para autoeditarse evitando a las grandes Industrias Discográficas que dominan el mercado.

También es interesante mencionar experiencias como la de Not Made in China,⁶ que pone a circular en la red aquello que tiene materialidad. El proyecto consiste en el diseño de



objetos de uso (sillones, armarios, mesas, juguetes) que son, al mismo tiempo, piezas únicas pero pasibles de ser replicadas al infinito porque los artistas que diseñan esos objetos comparten los planos para que otros puedan hacerlos. Juegan con la idea de lo único y de lo múltiple, la serialidad, pero no de línea de ensamblaje ya que, aunque partan del mismo plano, ningún objeto será igual al anterior, cada uno tendrá la impronta de aquel que lo materializó.

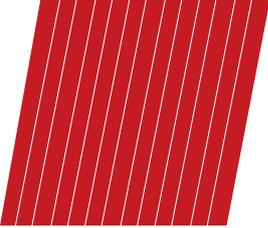
Desde la actitud Copyleft, la obra se entiende como un proceso, como un *work in progress* al que siempre se puede aportar. Ligados a la idea del «hágalo usted mismo», estos grupos generan plataformas de intercambio en las que colocan a los «usuarios/consumidores» en el lugar de creadores, de posibles continuadores y de desarrolladores de las obras. Se corren, de esta manera, de la idea de un autor como genio, como marca, como individuo asilado; para reconocerse en colectivos, en contextos, en sociedades. No es la restricción de lo cultural lo que genera la innovación, sino el compartir, el socializar, el abrirse al aporte de otros.

¿Serán estos espacios curatoriales difusos, como los definen desde *Compartiendo Capital*,⁸ el germen de otros circuitos que tengan a Internet como lugar de propuesta, de vínculo y de interacción? Esta pregunta se responderá con el tiempo. Atravesamos ahora por las coyunturas de emergencia de estos colectivos en la red que abrevan en el movimiento del software libre y que comparten con esas comunidades una idea de Internet, de las tecnologías, como ámbitos que pueden apropiarse, resignificarse para la producción colaborativa y para el tendido de redes de saberes. Si bien entienden que Internet es un espacio atravesado por el mercado en el contexto de una sociedad capitalista, creen que otros usos son posibles y que ciertas lógicas de producción y de distribución podrán horadar –quizás lenta, pero constantemente– los pilares que hoy sostienen al mundo del arte.



Notas

¹ «Seguir pensando lo masivo como algo puramente exterior –que lo único que hace es parasitar, fagocitar, vampirizar– lo popular, sólo puede hacerse hoy desde una de dos posiciones. O desde la de los folkloristas, cuya misión es la de preservar lo auténtico, cuyo paradigma sigue siendo rural y para los que todo cambio es desagregación, esto es, deformación de una forma fijada en su pureza original. O desde una concepción de la dominación social que no puede pensar lo que producen las clases populares más que en términos de reacción a lo que induce la clase dominante»



(Martín Barbero, 1991: 247). Pensar, además, en la oposición culto/popular es pensar «lo popular como in-culto, de lo popular designando, en el momento de su constitución en concepto, un modo específico de relación con la totalidad de lo social: la de la negación, la de una identidad refleja, la de aquello que está constituido no por lo que es sino por lo que le falta» (Martín Barbero, 1991: 16).

² Para profundizar esta idea acerca de cómo el mercado ha retomado el concepto de creatividad del mundo del arte véase Isabelle Graw (2013).

³ Como explica Claudia Cristiani: «En el caso de los museos, depende más que de la normativa que hay en el país, de los contratos de compra o de adquisición de las obras que tiene ese museo en particular. Y el problema que muchos de los museos enfrentan es que por muchos años no se ejercían los derechos de autor sobre las obras plásticas. La práctica común era que en los contratos de compra-venta, si es que existían porque muchas veces no existían y el museo o la institución iba con el artista y adquirían la obra sin que hubiera un contrato de compra-venta de por medio, y muchas veces aunque existan estos contratos, los derechos de autor no están específicamente tratados, entonces hay muchas dudas sobre quién es el titular de esos derechos: si en el momento de comprar pasaron al museo o si permanecen con el autor o con los herederos del autor (...). Era una práctica común comprar obras a los artistas sin tener un contrato y el comprador asumía, incluso los artistas asumían, que los derechos de publicarlo, de fotografiarlo, de exhibirlo eran del comprador. Esto pasaba no sólo con los museos; sino también con coleccionistas particulares que luego donaban esas obras a los museos».

⁴ Sitio web: <http://blog.redpanal.org/>

⁵ Sitio web: <http://ufcarufdiscos.wordpress.com/>

⁶ Sitio web: <http://conceptocero.com/>

⁷ Sitio web: <http://www.notmadeinchina.com.ar/home.html>

⁸ Sitio web: <http://compartiendocapital.org.ar/blog/>

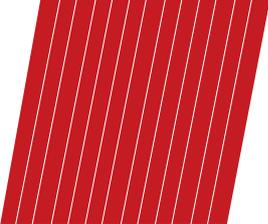
Referencias bibliográficas

BÜRGER, P. (2000). *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península.

CRISTIANI, C. «ABC de los derechos de autor», curso organizado por Ártica [en línea]. Consultado el 21 de julio de 2014 en <<http://www.youtube.com/watch?v=jC7VFmompCw&feature=youtu.be>>

GARCÍA CANCLINI, N.; PIEDRAS FERIA, E. (2005). *Las Industrias Culturales y el desarrollo de México*. México D. F.: Siglo XXI / FLACSO.

GETINO, O. (2003) «Las industrias culturales en el Mercosur: apuntes para un proyecto de políticas de Estado». En Schargoro-



dsky, H. (Dir.). *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus/ Ministerio de Educación de la Nación.

_____ (2011). «Economía y políticas para las Industrias Culturales en el Mercosur». *Aportes: para el Estado y la Administración Gubernamental*. Año 12, N.º 23, pp. 137-154.

GIMPEL, J. (1979). *Contra el arte y los artistas. O el nacimiento de una religión*. Barcelona: Gedisa.

GRAW, I. (2013). *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad*. Buenos Aires: Mar Dulce.

GRÜNER, E. (2001). *El sitio de la mirada. Secretos de la imagen y los silencios del arte*. Buenos Aires: Norma.

MARTÍN BARBERO, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México D. F.: Gustavo Gili.

THORNTON, S. (2009). *Siete días en el mundo del arte*. Buenos Aires: Edhasa.

UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. París: UNESCO.

_____ (s/d) [en línea]. Consultado el 23 de julio de 2014 en <<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/copyright/#c88491>>

