



10 MITOS SOBRE LA CULTURA LIBRE Y EL ACCESO ABIERTO AL CONOCIMIENTO

Guía sobre derechos autorales y licencias libres para movimientos sociales y medios comunitarios.

ÍNDICE

Primer mito:

Las obras culturales son creaciones completamente originales

Segundo mito:

La cultura y el conocimiento siempre fueron mercancías susceptibles de ser vendidas

Tercer mito:

Los derechos autorales se crearon para proteger a los artistas de los que copiaban sus libros

Cuarto mito:

La cultura libre no protege a quienes crean y les pueden robar sus producciones

Quinto mito:

La cultura libre promueve la copia y eso es promover la piratería

Sexto mito:

Internet y la cultura libre mata de hambre a los artistas

Séptimo mito:

La cultura libre es “todo gratis”

Octavo mito:

Eso de la cultura libre no tiene validez legal

Noveno mito:

Nadie usa este tipo de licencias

Décimo mito:

Yo no puedo hacer nada. Eso de la cultura libre no va conmigo

CRÉDITOS

Esta guía forma parte de la Colección “Producciones Radiofónicas en Derechos y Ciudadanía” y se producen en el marco del proyecto “Radioteca Derechos y Ciudadanía” realizado por la Fundación Radialistas para el Desarrollo Social (Radialistas Apasionadas y Apasionados) en colaboración con HIVOS.

Todas las guías se publican con licencias libres Creative Commons 4.0 por lo que pueden ser copiadas, distribuidas y utilizadas citando la fuente. Las obras derivadas están autorizadas siempre y cuando se distribuyan con la misma licencia “Atribución-Compartir Igual”.

Código de proyecto: RO-SAM at HO-1007303
Redacción: Santiago García Gago, RadiosLibres.net
Diagramación: Santiago García Gago
Imagen portada: Ana Belén Ramón
<https://www.flickr.com/photos/missha/>
Icon Set: Aleksandra Wolska. <http://olawolska.com/>

Guatemala, Octubre, 2014.



Radioteca: Red Social de Radialistas
<http://radioteca.net>



Radialistas Apasionadas y Apasionados
<http://radialistas.net>



Hivos: People Unlimited
<http://hivos.org/>

Derechos compartidos
Creative Commons 4.0
¡Copia, distribuye, difunde!



INTRODUCCIÓN

Hay quienes dicen que el movimiento de la Cultura Libre favorece la piratería. Otros lo acusan de matar de hambre a quienes hace arte y cultura y no falta quien lo culpa de la escasez de creaciones culturales en este siglo.

Todos son mitos. Solo eso, mitos que impiden el acceso a la cultura y al conocimiento de forma libre y abierta.

Ninguno es cierto e iremos desmitificando, uno por uno, hasta completar los 10 más repetidos.

Esperamos que al final de esta guía te sumes, como persona, como organización o como medio de comunicación, a esta revolución que tiene como objetivo democratizar el acceso al conocimiento.

Y como también le apostamos a la revolución de las palabras y a hacer del castellano un idioma más inclusivo, en esta guía usaremos la expresión “*derecho autoral*” para referirnos al tradicional “*derecho de autor*”. Porque en el mundo hay autores y autoras y ellos no son los únicos que tienen derechos.

Santiago García Gago
RadiosLibres.net



*Esta guía se complementa con 6 spots de audio sobre los Derechos Autorales y la Cultura Libre titulada: **El mito mata...¡Mata el mito!** realizada en conjunto entre HIVOS, Radialistas, Radioteca y Radios Libres.*

*La puedes bajar, escuchar y difundir libremente aquí:
<http://radioslibres.net/article/el-mitomata-mata-el-mito/>*

➔ PRIMER MITO:

LAS OBRAS CULTURALES SON CREACIONES COMPLETAMENTE ORIGINALES

¡Falso!
Toda creación es colectiva.



Quienes defienden el derecho autoral a ultranza argumentan que el “autor” o la “autora” son aquellos que plasman una idea en una obra original. Y subrayan lo de **original**.

En cambio, quienes creemos que la cultura y el conocimiento deben ser libres y abiertos, argumentamos que todas las creaciones intelectuales son **colectivas**. ¿Por qué?

Nadie nace con su cerebro lleno de ideas y conocimientos. Los adquiere mientras crece en la familia, en la escuela o en la calle. Somos un fruto cognitivo de la cultura y la sociedad que nos rodea, de esos bienes comunes del conocimiento.

Por eso, cualquier creación no es sólo de quien escribe un libro o compone una canción. Esa obra también pertenece a quienes de alguna manera han contribuido con la formación e inspiración de la escritora o del compositor.

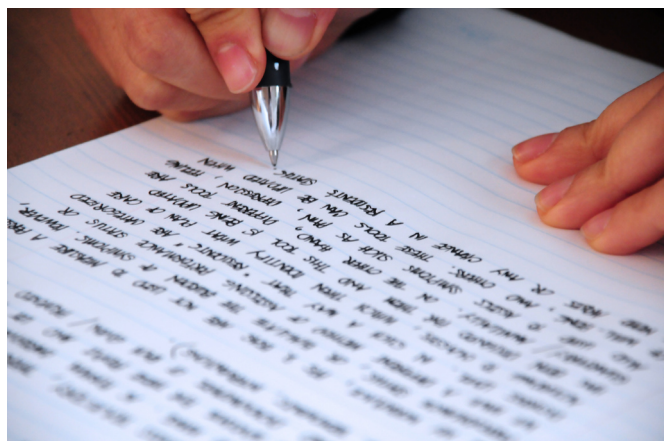
Este es uno de los motivos por los cuales el derecho autoral nace con fecha de caducidad. Por ejemplo, el derecho a la propiedad de una casa nunca prescribe y siempre será de la persona que la compró y de sus herederos. En cambio, los derechos que permiten lucrar a las autoras y creadores terminan después de unos años y esa obra pasa a dominio público.

En primer lugar, porque la sociedad entiende que por encima del derecho al lucro está el derecho que tiene la sociedad de acceder a la cultura y al conocimiento. Pero también, porque esa misma sociedad ha entendido que esa obra fue creada, en gran medida, gracias a una **inteligencia colectiva** que enseñó y nutrió a quien la recreó y, por lo tanto, a esa misma colectividad debe regresar.

En la antigüedad no había ninguna duda al respecto y la etimología de la palabra autor lo demuestra. Autor proviene del término latino *auctor* que significa promotor o impulsor y deriva del verbo *augere* cuyo significado es “*agrandar, aumentar, hacer mayor*”. Los autores y autoras no son entonces quienes crean algo original, sino quienes toman algo que ya existe, le dan su estilo, lo mejoran o lo personalizan. [1]

No hay creaciones originales. Todas, en mayor o menor medida, son remezclas, aumentos o mejoras de algo que existía anteriormente y que se ha ido creado de forma colectiva con aportes de muchas y muchos.

[1] La definición fue tomada del Diccionario etimológico de la lengua castellana, escrito por Pedro Felipe Monlau en 1856.



Todos los libros están escritos por "muchas manos" no por una sola. Quién crea está siempre influenciado por esa "inteligencia colectiva" que hace de su obra un bien común.
<https://www.flickr.com/photos/jjpacres/3293117576/> (BY-NC-ND)

➔ SEGUNDO MITO:

LA CULTURA Y EL CONOCIMIENTO SIEMPRE FUERON MERCANCÍAS SUSCEPTIBLES DE SER VENDIDAS

¡Falso!

La cultura y el conocimiento son bienes comunes.



El aire que respiramos, el agua de los ríos y el mar, la biodiversidad, el genoma humano o las plazas y las calles son bienes comunes. Bienes para el *provecho común (procomún)*[2]. Son un legado, una *herencia colectiva* [3] de nuestros antepasados que recibimos como sociedad y que debemos cuidar para las futuras generaciones.

Dentro de esa herencia están también los bienes culturales, como son la ciencia, la lengua, la historia o la música y hasta la Internet.

Hasta mediados del siglo 15, el conocimiento y la cultura fluían libremente y sin demasiadas restricciones. Aunque es cierto que pocas personas podían acceder a él, ya que la mayoría de la población no sabía leer ni escribir. En aquellos tiempos, el conocimiento se transmitía principalmente de forma oral a través de trovadores y juglares que se encargaban de llevar historias y noticias de un lugar a otro.

Pero a mediados de ese siglo, el alemán Johannes Gutenberg pone a funcionar la imprenta y los poemas y trovas que antes se transmitían oralmente, pasan a plasmarse en un papel.

La imprenta originó los soportes físicos. Los poemas que recitaban los juglares se imprimían ahora en libros de papel que tenían un alto costo de impresión. Este costo generó la aparición de los intermediarios, en este caso, los editores, que pagaban un derecho al autor para poder imprimir sus obras. Los editores y los soportes convirtieron a la producción literaria en un bien de consumo que sólo podía ser adquirido por quien tuviera el dinero suficiente.

Además, el hecho de que la cultura fuera tratada como una mercancía dio lugar a la idea de que el intelecto tiene propietarios:

“El nacimiento de la idea de propiedad intelectual fue una respuesta tanto al surgimiento de la sociedad de consumo como a la expansión de la imprenta. Hay un cierto sentido de propiedad literaria que se remonta al siglo XV, cuando no antes”. [4]

La aparición de Internet cierra el llamado *“paréntesis de Gutenberg”* [5] y permite que el conocimiento se libere tanto de los soportes físicos como de los intermediarios. La música no necesita ahora ser grabada en un disco compacto (CD) sino que puede viajar de un correo electrónico a otro o alojarse en una web en formato digital, por ejemplo en mp3. Los libros ya no deben ser impresos en papel, sino que pueden subirse en formato digital a un blog.

De nuevo, el conocimiento puede fluir libre sin ser considerado una mercancía al igual que ocurría antes de la imprenta. Además, como Internet permite un acceso masivo a la cultura, la vuelve menos elitista.

[2] El término herencia colectiva es usado por Silke Helfrich en "Genes Bytes y Emisiones, Bienes Comunes y Ciudadanía". Ediciones Fundación Heinrich Böll. http://www.boell-latinoamerica.org/downloads/Bienes_Comunes_total_EdiBoell.pdf

[3] De procomún habla Antonio Lafuente que incluye a Internet dentro de los Bienes Comunes Digitales. "Los cuatro entornos del procomún" http://digital.csic.es/bitstream/10261/2746/1/cuatro_entornos_procomun.pdf

[4] De Briggs & Burke tomamos la cita del nacimiento de la propiedad intelectual. "De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación"

[5] La tesis del paréntesis de Gutenberg fue formulada originalmente por el profesor Lars Ole Sauerberg y la explica ampliamente Alejandro Piscitelli en este artículo de su blog: <http://www.filosofitis.com.ar/2010/05/24/post-gutenberg-es-pre-gutenberg-quinientos-anos-de-textualidad-son-suficientes/>

➔ **TERCER MITO:**

LOS DERECHOS AUTORALES SE CREARON PARA PROTEGER A LOS ARTISTAS DE LOS QUE COPIABAN SUS LIBROS

¡Falso!

Se crean principalmente para proteger a los artistas de los editores.

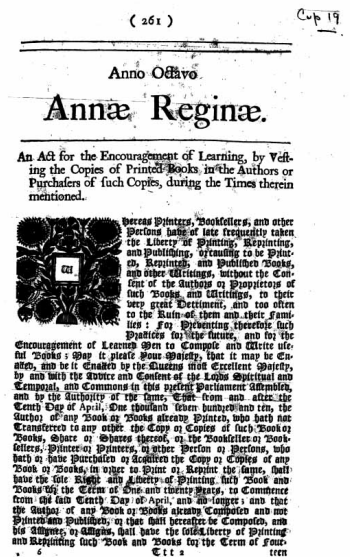


Como acabamos de ver, una vez que nace la imprenta, la cultura pasa a ser una mercancía dominada por los editores e imprenteros.

Estos imprenteros en Gran Bretaña llegaron a tener un poder desmesurado. Pagaban muy poco a los artistas por sus obras y si en el futuro imprimir un libro no les resultaba rentable, lo abandonaban pero no permitían a nadie más hacer nuevas copias. La ciudadanía también se veía perjudicada por este monopolio ya que los libros nunca llegaban a ser del "dominio público".

Ante esta situación, en 1710, unos doscientos años después de que se masificara la imprenta, se aprueba en Gran Bretaña la primera ley de derechos autorales: **el Estatuto de la Reina Anne.**

“Teniendo en cuenta que, impresores, libreros y otras personas, en los últimos tiempos se han arrogado la libertad de impresión, de reimpresión y publicación, o han hecho que se impriman, reimpriman, y publiquen libros y otros escritos, sin el consentimiento de los autores o propietarios de tales libros y escritos, en perjuicio de estos y, a menudo, llevándolos a la ruina propia y de sus familias: Por lo tanto, para prevenir estas prácticas en el futuro, y para el fomento de los hombres a componer y escribir libros útiles; con la venia de su Majestad, promúlguese este estatuto”



Estatuto de la Reina Anne. <http://www.copyrighthistory.com/anne.html>

Con esta ley, los autores podían defenderse del abuso de los imprenteros que ahora pasaban a tener un tiempo limitado para imprimir en exclusividad las obras que compraban: 14 años más otros 14 si el autor seguía vivo, un total de **28 años**.

Otro de los objetivos principales de esta ley fue democratizar el acceso al conocimiento ya que, pasados esos años, la obra entraba a formar parte del dominio público y la ciudadanía podía beneficiarse de ediciones más económicas realizadas por otros imprenteros.

No solo en Gran Bretaña, también en Francia y en otros países europeos, fueron proliferando legislaciones similares. La corriente latina nacería bajo la denominación de "derechos de autor", mientras que la anglosajona se llamaría "**copyright**".

Lo que se conoce como "*propiedad intelectual*" regula tres aspectos del conocimiento:

1. **Marcas** o signos distintivos: registra logos de una empresa o el nombre de un producto.
2. **Patentes** de inventos o descubrimientos científicos.

Estos dos primeros aspectos construyen la llamada "*propiedad industrial*".

3. **Derecho de autoría** que regula las creaciones artísticas y literarias.

El derecho de autoría es el que más relación tiene con el conocimiento y la educación.

Este derecho contiene a su vez dos tipos de derechos: los **morales** y los **patrimoniales**.

Los **derechos morales** son básicamente dos:

- *El derecho a que se reconozca que es el autor o autora de dicha obra.*
- *El derecho de que se guarde la integridad de la obra, es decir, que no sea modificada.*

Los **derechos patrimoniales** están relacionados con el lucro y los beneficios económicos que se perciben por las creaciones. En relación con este derecho quien crea puede conceder, o no, permiso para que su obra sea difundida, copiada, vendida,... y percibir dinero por ello.

Los derechos morales nunca caducan ni hay plazos para que prescriban. Cervantes será siempre el autor de El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha. Pero los derechos patrimoniales, como se comentó anteriormente, tienen un límite establecido por ley. Una vez que finaliza el plazo establecido la obra pasa a dominio público. Por eso, una imprenta o un gobierno podría editar de nuevo ese libro sin necesidad de pago por derechos patrimoniales.

La situación actual respecto a estas limitaciones no dista mucho de los tiempos anteriores al Estatuto de Anne. Las antiguas organizaciones de imprenteros agremiadas bajo la Stationers' Company dieron paso a grandes y poderosas corporaciones multinacionales que editan libros y producen música y películas. La presión que estas corporaciones ha ejercido durante años aumentó progresivamente los límites del derecho patrimonial del autor de forma exagerada.

El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas del 9 de septiembre de 1886 que rige internacionalmente los principios de la propiedad intelectual, recomienda **50 años** hasta que una obra pasa a dominio público, pero la mayoría de los países ha extendido estos plazos.

La mayoría de Leyes de Propiedad Intelectual de América Latina aumentaron este plazo hasta **70 años** después del fallecimiento del autor. En países como Estados Unidos las obras con copyright corporativo están protegidas por **120 años** desde la fecha de creación o 95 desde la publicación. de trovadores y juglares que se encargaban de llevar historias y noticias de un lugar a otro.

Evolución de los plazos del copyright en Estados Unidos y las Leyes (Act) que las fueron ampliando. Fuente y elaboración: Tom Bell, licencia CC-BY-SA 3.0.
http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright#mediaviewer/File:Copyright_term.svg

Como verás, en este mito hemos hablado exclusivamente de editores, imprenteros y autores, todos hombres. Y es que durante muchos siglos, el monopolio masculino en todos los ámbitos de la sociedad estaba también presente en la producción y distribución del arte y la cultura. A las mujeres no se les dejaba escribir y, si lo hacían, tenían que ocultarse bajo seudónimos o detrás de sus esposos.

Camille Claudel, la mujer de Rodin, hizo muchas de las esculturas que la historia atribuyó a su marido. Amandine Aurore Lucie Dupin, pareja del compositor Frédéric Chopin, tenía que escribir bajo un seudónimo masculino. Sus obras se publicaban con el nombre de George Sand. Incluso, hasta hace poco, muchas periodistas no podían firmar sus artículos en los diarios con sus verdaderos nombres. Veremos más adelante como el movimiento de la Cultura Libre favorece la inclusión de todas y todos en la vida cultural y artística de la sociedad.

CUARTO MITO:

LA CULTURA LIBRE NO PROTEGE A QUIENES CREAN Y LES PUEDEN ROBAR SUS PRODUCCIONES

¡Falso!

Licenciar tus obras de forma libre no entraña ningún riesgo.



En el mito anterior se comentó ampliamente la diferencia de los derechos morales frente los derechos patrimoniales. Es legítimo que el escritor o la escritora de un libro exija que se le reconozca su autoría. Si alguien se apropia de lo escrito o creado por otra persona está cometiendo un plagio. El **plagio** afecta a los derechos morales.

Pero si alguien **copia** un libro, pongamos por caso que hace fotocopias, no está apropiándose del contenido, sólo hace una copia del texto. Esto afecta a los derechos patrimoniales, ya que se supone que se dejan de percibir ingresos por la compra de un libro cada vez que éste se fotocopia. Cosa que no es del todo cierta, ya que no todo el que fotocopia un libro lo compraría en caso de no poderlo fotocopiar, sobre todo, por el elevado precio que tienen los libros originales.

Quienes crean una obra literaria o artística tienen todo el derecho a decidir qué hacer con sus derechos y defender tanto los patrimoniales como los morales. Para ello tiene dos herramientas: el **registro y las licencias**.

Supongamos que heredas una casa. Lo primero que haces es registrarla en la Oficina de la Propiedad. Pero luego, como la casa es tuya, tú decides qué hacer con ella. Una opción es habitarla sin permitir que nadie más viva allí. Estás en todo tu derecho. Pero si la casa tiene varias habitaciones siempre puedes abrir las puertas para que otras personas la ocupen. También puedes elegir si les cobras alquiler o si dejas que vivan gratis. Incluso puedes permitir que decoren de nuevo el cuarto donde van a vivir y lo mantengas así para que esas mejoras las disfruten quienes vivan después.

Con las obras culturales sucede algo similar. Cuando produces un libro o una canción puedes ir a la Oficina de Propiedad Intelectual de tu país y registrarla. Así, en el supuesto caso de que alguien la plagie, es decir, se apropie de ella y diga que la compuso o redactó, tendrás una prueba de que no fue así, por si quieres demandarlo. Esto es el **registro**.

En cambio, la **licencia** son los permisos que concedes para que la gente use tu obra. Como tú eres quien tiene los derechos de tu canción o de tu libro, tú eliges qué tipo de licencia usar para distribuirlo. Por ejemplo, puedes no permitir que copien o difundan tu obra, sería una licencia **copyright**. O, por el contrario, puedes “abrir tu casa” para que la gente use tu canción, tu libro, tus noticias o tus producciones radiales usando una licencia libre.

Para compartir abiertamente tus derechos autorales tienes varias opciones. La primera es cederlos completamente, sin condiciones. Esto es lo que se conoce como **Dominio Público**.

Otra opción es usar “**licencias libres**”, es decir, permitir de antemano que las personas copien, distribuyan y difundan públicamente tu trabajo bajo las condiciones que como autor indiques. Las licencias libres más conocidas son las Creative Commons y de ellas hablaremos en un próximo mito.



Uses una licencia libre o un copyright tradicional lo que te protege realmente es el registro de la obra, no la licencia con la que distribuyas tu trabajo. Incluso, aunque no la tengas registrada si puedes demostrar de alguna forma que eres el autor del libro o la creadora de la canción, tendrás toda la protección legal que mereces.

QUINTO MITO:

LA CULTURA LIBRE PROMUEVE LA COPIA Y ESO ES PROMOVER LA PIRATERÍA

¡Falso!

Democratizar el conocimiento no es piratería. Pirata es quien se apropia de algo que no es suyo y el conocimiento es un bien común.



Las barreras impuestas a las ideas y al conocimiento han sido creadas artificialmente. Los bienes materiales no se pueden comparar con los bienes intelectuales. No hay rivalidad ni escasez entre estos últimos.

Compartir las ideas propias no significa perderlas. La famosa comparación entre manzanas e ideas, atribuida al premio nobel de literatura, el irlandés George Bernard Shaw, lo ejemplifica perfectamente:

“Si tú tienes una manzana y yo tengo una manzana e intercambiamos las manzanas, entonces tanto tú como yo seguiremos teniendo una manzana. Pero si tú tienes una idea y yo tengo una idea e intercambiamos ideas, entonces ambos tendremos dos ideas.”

El movimiento de cultura libre aboga por la **democratización del conocimiento** como un bien común en un entorno de respeto por los derechos de autor.

En este modelo las autoras y autores son quienes deciden qué quieren compartir y cómo. Permiten, por ejemplo, que la gente se baje de Internet sus canciones porque saben que se harán conocidos y la gente irá a sus conciertos. O dejan que otros traduzcan libremente sus libros a otros idiomas porque se harán conocidos en otros países.

La Cultura Libre entiende que la ciudadanía debe ejercer su derecho de acceder a la cultura y a la educación, sin que esto perjudique a los autores y a las industrias culturales.

Esto no significa legitimizar la llamada "piratería", es decir, copias ilegales de programas o usos no autorizados de obras literarias, artísticas o intelectuales. Por el contrario, este derecho de acceso se facilita estableciendo entornos abiertos de creación, difusión y distribución de la cultura y el conocimiento.

Entornos donde los creadores pueden vivir de sus creaciones, las empresas intermediarias tengan márgenes de ganancias racionales y la ciudadanía tenga acceso a libros, música, cine y otras producciones culturales sin la necesidad de pagar grandes cantidades de dinero.

Internet facilita la creación de estos entornos digitales de intercambio donde lo material (el soporte físico) ya no es imprescindible para que se pueda acceder al conocimiento.

¿Significa que ya nadie comprará un libro o pagará por ir al cine? ¿"Se morirán de hambre" quienes se dedican al arte y a la cultura? Definitivamente, no. Eso es otro mito.



Las licencias libres no promueven la piratería.
En el siguiente capítulo veremos quiénes son los verdaderos piratas.
<http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Copy-roger.png>

SEXTO MITO:

INTERNET Y LA CULTURA LIBRE MATAN DE HAMBRE A LOS ARTISTAS

¡Falso!

La cultura libre promueve modelos donde la gente acceda a la cultura y los autores vivan de sus creaciones.



La ventas de libros y de música no han decaído. Tampoco las entradas a los cines. Según el estudio realizado a fines de 2013 por The London School of Economics and Political Science “*Hollywood ha logrado unos ingresos récord de taquilla mundial de USD 35 mil millones en 2012, un aumento del 6% con respecto a 2011*”[6].

Aunque una escritora publique su libro digital de forma libre en Internet puede vender los ejemplares de papel en las librerías. Muchas de las personas que tienen recursos para comprar ese libro lo siguen haciendo. Además, con una distribución tan masiva desde Internet es posible que en otras partes del mundo se conozca al autor y quieran traducir y publicar su libro en otros idiomas.

Eso le pasó al famoso escritor Paulo Coelho. Por eso, ahora, él mismo sube sus libros a su web para que los bajes. Su libro el Alquimista fue traducido y adaptado al ruso, no por su editorial, sino por un apasionado de su obra. La puso a circular en Internet y Coelho pasó de vender mil libros al año a cien mil: “*Al final del día la gente lo va a comprar, porque esto les estimula a leer y eso a su vez, les estimula a comprar.*”, afirma Coelho.

Un modelo con menos restricciones sobre la copia puede abrir nuevos mercados. Internet facilita este proceso.

En la música hemos visto muchos ejemplos. Artistas como el surcoreano PSY, que hizo bailar al mundo entero con el "baile del caballo", su famoso Gangnam Style. Casi seguro que ninguna empresa discográfica hubiera firmado un contrato con este cantante por lo que sus posibilidades de grabar un disco hubieran sido nulas.

Sin embargo, Internet le permitió difundir su trabajo y hacerse famoso. Circuló sus canciones de forma abierta en la red, se copiaron y difundieron y ahora llena estadios de fútbol en sus conciertos lo que le garantiza vivir mientras siguen haciendo música.

Los modelos de difusión y distribución cultural son muy diferentes dependiendo del tipo de arte del que se trate. Mientras en disciplinas como la literatura se ha entendido por años que sólo se puede leer si se compra o si se toma prestado un libro, en otras, como la arquitectura o la escultura, no existe un "pago por ver" cada vez que nos ponemos delante de una escultura pública o un edificio.

Si con Internet tenemos posibilidades ilimitadas de acceder al conocimiento, de prestar un libro digital o una canción, al igual que antes se intercambiaban libros o CD, cabe la pregunta: ¿se debería prohibir o sería conveniente buscar modelos alternativos que beneficien tanto a creadores como a la ciudadanía? El abogado Argentino **Julio Raffo** lo explica de la siguiente manera:

“El espacio de internet es un espacio público. Hay que aplicarle las reglas del espacio público. Y nadie dice, por ejemplo, que se van a terminar las esculturas, que no va a haber más esculturas y 'se está robando al escultor' porque miles y miles de personas en un espacio público, frente a la Facultad de Derecho, se conmueven, ven, se detienen, algunos con más tiempo, otros con menos tiempo, frente a una escultura de Botero que hay allí. Y nadie paga nada. Porque está en el espacio público. Pero ¿no hay que pagar nada? Claro que hubo que pagarle. En algún momento hubo que pagarle a Botero, pero esa obra autoral, esa escultura, colocada por su legítimo tenedor, ahora está en un espacio público y otros la ven y no pagan”. [7]

En el mundo de la moda pasa algo similar. **Johanna Blakley** es una estudiosa del impacto de los medios en la sociedad. En una charla de TEDx explica muy bien cómo la escasez de leyes de propiedad intelectual en la moda ha beneficiado el desarrollo creativo en este ámbito. [8]

Pero entonces, ¿quién alimenta este mito de que la cultura libre mata a creadoras y artistas? Los mismos intermediarios y editores que se opusieron al Estatuto de Anne y que fueron aumentando los períodos de Copyright. Las discográficas, las editoriales de libros, las empresas del cine. Esas grandes empresas que se hicieron ricas a costa de los autores y que son quienes ven mermar sus ganancias.

De cada 1000 dólares ganados por la venta de discos, solo 23 van para quien hace el disco [9]. De cada 30 dólares que se ganan por la venta de un libro, sólo 3 van para quien lo escribió [10]. ¿Quién mata realmente de hambre a los artistas?

Por eso, muchas y muchos de estos artistas se saltan a los intermediarios, publican de forma libre sus trabajos y por otros medios obtienen las mismas ganancias, o más, que les pagaban las editoriales. ¡Cultura Libre!

[6] *Este estudio se puede descargar en:*

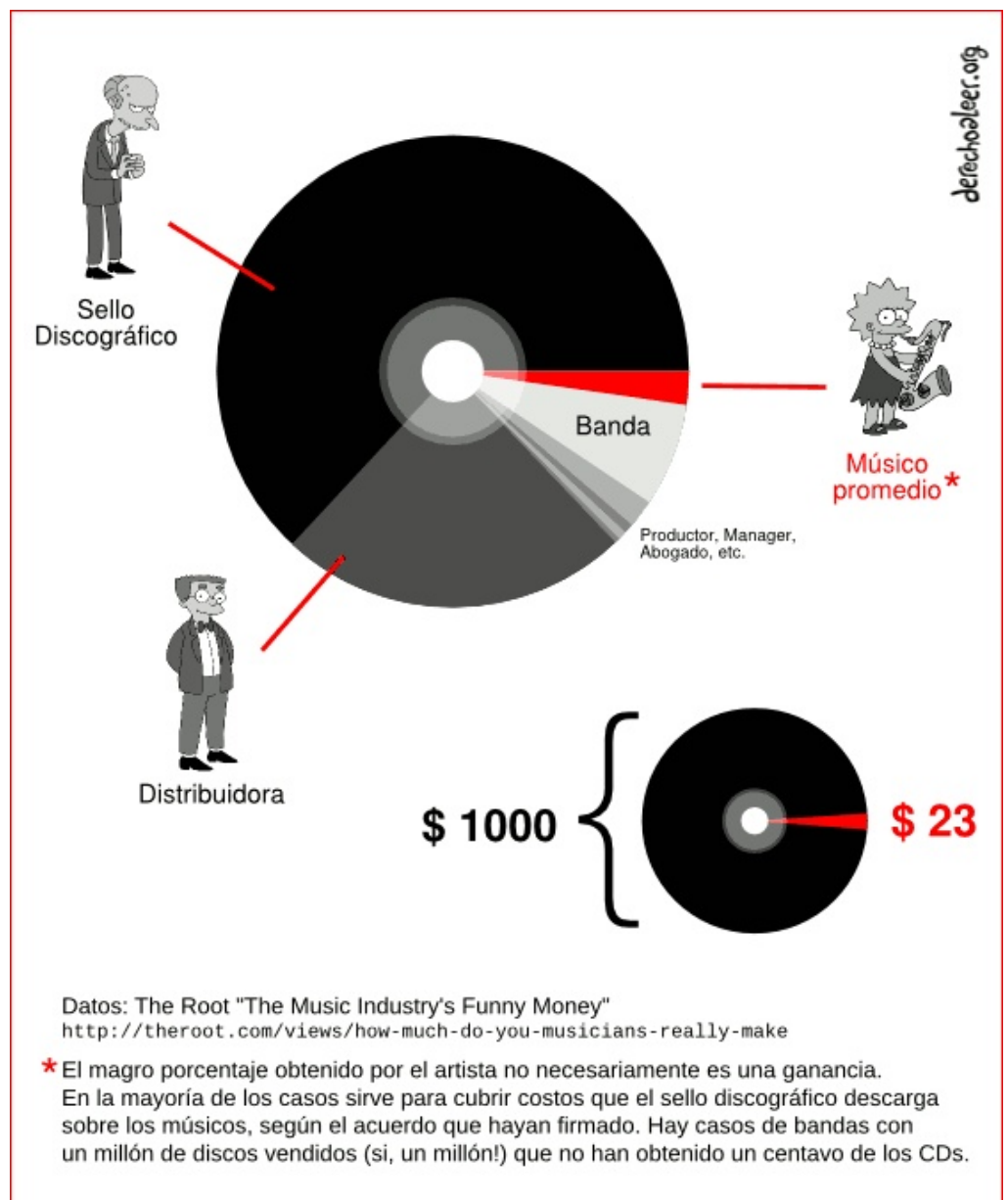
<http://www.lse.ac.uk/media@lse/documents/MPP/LSE-MPP-Policy-Brief-9-Copyright-and-Creation.pdf>

[7] *<http://www.julioraffo.com/index.php/cultura/tapar-el-sol-con-la-mano-el-derecho-de-autor-en-internet>*

[8] *http://www.ted.com/talks/johanna_blakley_lessons_from_fashion_s_free_culture.html*

[9] *<http://derechoaleer.org/blog/2011/05/por-que-la-pirateria-es-beneficiosa-para-los-musicos.html>*

[10] *http://elpais.com/elpais/2014/06/11/media/1402515879_970524.html*



Infografía de Derecho a Leer, blog argentino que te recomendamos, sobre todo este artículo: Por qué la "piratería" es beneficiosa para los músicos, y la industria discográfica no.
<http://derechoaleer.org/blog/2011/05/por-que-la-pirateria-es-beneficiosa-para-los-musicos.html>

SEPTIMO MITO:

EN LA CULTURA LIBRE “TODO GRATIS”

¡Falso!

El modelo que propone la cultura libre no es necesariamente el de la gratuidad sino el del libre acceso. ¿Qué diferencia hay?



En un entorno creativo común la escritora o el músico tiene el control sobre su obra y se le permite decidir con qué licencia publicar y qué permisos dar a la gente para que las disfrute.

El copyright no permite fotocopiar, distribuir o difundir por cualquier medio una obra sin la autorización del autor. Esto significa que es ilegal fotocopiar un libro. El derecho autoral tiene algunas excepciones.

Si la fotocopia es sólo de unas cuantas páginas, no del libro entero, y es con fines académicos, es permitido. Pero si nos atenemos a la legalidad, una profesora no podría digitalizar un libro que él compró y enviarlo a su alumnado. Aunque no lo esté vendiendo y sea exclusivamente para que aprendan la historia de la comunicación, sería ilegal. Si quieren aprender, tendrían que comprar el libro o reducir su aprendizaje a la parte de historia que cabe en unas cuantas fotocopias o cometer una ilegalidad.

Imaginemos que ese libro tiene un tipo de licenciamiento más flexible donde está establecido que puede ser copiado y distribuido de forma libre. Eso no significa que no edite copias en papel. Estas copias pueden venderse a las bibliotecas de las universidades y a estudiantes que cuenten con los recursos para comprar el libro porque quieran tenerlo en físico. Pero el resto, podrá igualmente leerlo en su versión digital de forma completa sin cometer una ilegalidad y sin tener que pagar un dinero que no tienen.

Además, quienes asisten a la universidad, en vez de formarse sólo con 2 o 3 libros por cada materia que estudian, tienen ante sí una biblioteca inagotable para su consulta.

Internet ofrece a la humanidad la oportunidad más grande y la forma más sencilla de democratizar el conocimiento. La única condición es que ese conocimiento esté accesible. Y eso depende, en gran medida, del tipo de licencia con el que esté publicado ese conocimiento.



Muchas editoriales digitales que están en la Web regalan libros. Puedes descargarlos y leerlos en tu dispositivo digital sin ningún problema. Son gratis. Es no significa que sean libres. La mayoría de ellos tiene copyright por lo que está prohibido que lo subas a tu web o lo traduzcas sin pedir permiso a la editorial. No todo lo gratis es libre y no todo lo libre es gratis.

Para que una obra sea libre debe tener una licencia que lo especifique. De las licencias libres hablaremos precisamente en el siguiente mito.



Cada vez más artistas se animan a publicar sus trabajos con licencias libres, como los autores del corto animado Big Buck Bunny realizado con software libre y publicado con licencias libres. Puedes descargarlo gratis para verlo o comprar el DVD y apoyar el proyecto. .
<http://www.bigbuckbunny.org/>

OCTAVO MITO:

ESO DE LA CULTURA LIBRE NO TIENE VALIDEZ LEGAL

¡Falso!

Las licencias libres, como Creative Commons, tienen validez legal en la mayoría de países y podrías demandar a quién no respete los términos de tu licencias.



Ya vimos que las licencias son los permisos que una creadora o un autor otorgan sobre su obra. Es muy diferente del registro que es la herramientas que no protege del plagio.

Con las licencias otorgamos o prohibimos ciertos usos de nuestras obras culturales o audiovisuales. Quien no cumpla con ellos, podría ser demandado ya que en la mayoría de países, igual que las leyes protegen obras licenciadas con copyright, también protegen a quienes licencian con Creative Commons. [11]

En España, por ejemplo, hubo un caso muy famoso donde el periodista Jaime Alekos subió a YouTube sus grabaciones de unas manifestaciones con estas licencias libres. Varios canales comerciales de ese país hicieron uso de esos videos sin citar al autor y él los demandó. Al final, la ley le dio la razón a Jaime.[12]

Con este tipo de licencias libres concedemos el permiso previo de que los videos o las fotografías o los libros o artículos sean copiados y redistribuidos por cualquier medio o formato. Pero podemos decidir si otorgamos o no otros derechos:



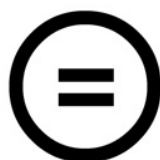
Reconocimiento (Attribution-BY)

Sobre este atributo de la licencia no se puede elegir. Todas las licencias Creative Commons (CC) obligan a reconocer quiénes tienen la autoría del contenido.



Uso comercial o no comercial (Commercial Uses - NC)

Se puede elegir si se permiten, o no, usos comerciales de la obra. Pongamos por caso que un periódico, que vende sus publicaciones y por ello obtiene lucro, quiere usar una fotografía tuya. Si la has licenciado como “NC-Usos no comerciales”, los responsables del periódico se tendrán que poner en contacto contigo y pagar el precio estipulado para un uso comercial de la foto. Sin embargo, las fotografías podrían ser usadas en un folleto que se distribuirá de forma gratuita, eso sí, reconociendo, como dijimos anteriormente, la autoría de la obra.



Con o Sin obra derivada (Derivate Works - ND)

Se autoriza o no la realización de obras derivadas. Por ejemplo, que tu libro sea traducido a otro idioma o sea dividido en partes para hacer manuales más reducidos.



Compartir igual (Share alike – SA)

En caso de autorizar obras derivadas, podemos exigir en nuestra licencia que esa obra, por ejemplo la traducción, sea también puesta a disposición con la misma licencia libre Creative Commons.

Combinando estos aspectos: reconocimiento, uso comercial, obra derivada y cómo compartirla, podemos decidir entre 6 diferentes tipos de licencias Creative Commons, desde las más restrictivas, hasta las más libres:



Deben atribuir la autoría. (BY)
Sí están permitidos los usos comerciales.
Sí están permitidas las obras derivadas sin necesidad de ser liberadas con la misma licencia.



Deben atribuir la autoría. (BY)
Sí están permitidos los usos comerciales.
Sí se permiten las obras derivadas pero deben ser compartidas de la misma forma. (SA)



Deben atribuir la autoría. (BY)
Sí están permitidos los usos comerciales.
No se permiten obras derivadas (ND)



Deben atribuir la autoría. (BY)
No están permitidos previamente los usos comerciales. (NC)
Sí están permitidas las obras derivadas sin necesidad de ser liberadas con la misma licencia



Deben atribuir la autoría. (BY)
No están permitidos previamente los usos comerciales. (NC)
Sí se permiten las obras derivadas pero deben ser compartidas de la misma forma. (SA)



Deben atribuir la autoría. (BY)
No están permitidos previamente los usos comerciales. (NC)
No se permiten obras derivadas (ND)

Estas licencias Creative Commons lo que conceden al público son “algunos derechos”. Pero el autor podría conceder “todos los derechos” si publica su obra en dominio público. El reconocimiento de su autoría siempre se mantiene. Recordemos que está dentro de los derechos morales del autor que nunca prescriben. Pero en este caso se podrá hacer uso comercial y realizar obras derivadas sin la obligación de que tengan que ser licenciadas de la misma forma.



Comparativa entre las diferentes formas de licenciamiento.
“Acceso abierto para reducir la brecha digital, Carlos Correa, Creative Commons
Ecuador: <http://es.slideshare.net/calu777>

Para elegir este tipo de licencias no hay pagar nada, ni registrarse en ningún lado. Solamente indicar en el sitio web, en el libro o en el CD que se usa una licencia CC. Se puede colocar con un ícono o en texto. Para elegir la licencia hay una herramienta en línea que es de gran ayuda: <http://creativecommons.org/choose/>

[11] http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons_jurisdiction_ports

[12] http://www.eldiario.es/turing/videoperiodista-reto-televisiones_0_191081757.html

➔ NOVENO MITO:

NADIE USA ESTE TIPO DE LICENCIAS

¡Falso!

Desde la Casa Blanca hasta el Banco Mundial, pasando por periódicos, blogs y fotógrafos hacen uso de ellas.



El dibujo de las licencias Creative Commons se ve cada vez más en publicaciones y páginas web. Algunos de los proyectos más relevantes en el uso de licencias de este tipo son:

Universidades: la mayoría cuentan con repositorios sobre el software libre DSpace donde se comparten tesis y trabajos universitarios con licencias abiertas.

Otras, como Stanford, Yale, Princeton, Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), Harvard o Berkeley están transformando la educación y ofrecen sus clases de forma libre y gratuita en repositorios virtuales, los famosos *Massive Open Online Course (MOOC)* y en sus bibliotecas universitarias se encuentran abundantes repositorios donde se accede a libros, tesis o investigaciones con licencias de este tipo.

El Banco Mundial: adoptó en 2012 "la licencia más liberal Creative Commons Reconocimiento (CC-BY)" para los libros que publican y que comparten desde su repositorio de Conocimiento Abierto (Open Knowledge)

<https://openknowledge.worldbank.org/>

Casa Blanca: varios gobiernos, entre ellos el de Estados Unidos, publican sus páginas web institucionales con este tipo de licencias. Debería ser un principio para todas las producciones de los gobiernos ya que se financia con fondos públicos, es decir, fondos de toda la ciudadanía.

<http://www.whitehouse.gov/copyright>

Archive.org: este portal apuesta por el acceso universal al conocimiento. Es una de las páginas más importante y masivas de publicación de contenidos libres con licencias Creative Commons. Casi 9 millones de archivos a disposición entre textos, videos, audios e imágenes. <https://archive.org/>

Flickr: este reconocido portal para compartir fotografías permite publicar y buscar fotos con licencias CC. Ya hay millones de fotos publicadas de esta forma.
<http://www.flickr.com/creativecommons/>

Vimeo y Youtube: al igual que Flickr, Vimeo y Youtube permiten elegir al usuario con qué licencia publicar sus videos. Puede hacerlo con la licencia estándar o con Creative Commons.
<http://vimeo.com/creativecommons>
<http://www.youtube.com/yt/copyright/es-419/creativecommons.html>

Jamendo: portal donde músicos de todo el mundo publican sus canciones con diferentes versiones de licencia Creative Commons. Hay más de 400,000 temas.
<http://www.jamendo.com/es/>

Wikipedia: todo lo que se publica en Wikipedia está bajo una licencia libre.
https://wikimediafoundation.org/wiki/Terms_of_Use#7._Licensing_of_Content

Radios Libres tiene una sección donde publica recursos libres para radios. En nuestra web puedes encontrar audios, cortinas, efectos de sonido, pero también páginas para descargar libros, imágenes o gráficos:
<http://radioslibres.net/category/recursos-libres/>

➔ DÉCIMO MITO:

YO NO PUEDO HACER NADA. ESO DE LA CULTURA LIBRE NO VA CONMIGO

¡Falso!

Toda la sociedad puede apoyar este movimiento y hacer más accesibles y libres la cultura y el conocimiento.



Promover el acceso a la cultura y al conocimiento es una labor colectiva. Conocer en qué consiste y dejar de alimentar los mitos repitiéndolos sin sentido es el primero paso.

Si quieres aprender más sobre Cultura Libre

El creador de las licencias Creative Commons, el abogado norteamericano Lawrence Lessig, escribió el libro *“Por una cultura libre: cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad.”* (Edición en castellano, 2005) Madrid: Editorial Traficantes de Sueños. Es un texto básico para entender este movimiento y toda la filosofía que se encuentra detrás de la cultura libre. Lo encuentras en: <http://www.traficantes.net/>

“Copia este libro” es un ensayo del abogado español David Bravo sobre las Redes P2P y la propiedad intelectual en la era digital. Escrito en 2005. <http://copiaestelibro.bandaancho.st/>

El segundo paso es usar las licencias. Por ejemplo, si tienes una página o blog busca imágenes libres en Flickr y otros buscadores que te recomendamos aquí:

<http://radioslibres.net/article/otros-recursos-libres/>

Si eres productora radial o tienes una emisora de radio usa audios y músicas de Jamendo.es. Cita siempre la autoría y así ayudarás a que se hagan famosos.

Si perteneces a una organización o movimiento social publica en tu web y todos tus materiales con la licencia Creative Commons o cualquier otra licencia libre.

Y si eres mujer, tienes muchos más motivos para promover la Cultura Libre, ya que ésta hace posible despatriarcalizar la cultura.

Las discriminaciones de las que hablamos en el mito 3 no son cosa del pasado. En la actualidad, muchas editoriales prefieren publicar a hombres que a mujeres. Y no hablemos de las discográficas que aún graban discos a las artistas en función de las curvas que tienen y no por cómo cantan.

El modelo de producción artística que propone la Cultura Libre favorece la inclusión de las mujeres como autoras y creadoras culturales respetando su trabajo sin ningún tipo de discriminación.



Un lindo consejo que nos dan desde esta iniciativa, copiar con amor:
<http://www.copylove.cc/>

DESPEDIDA

¡Compartir es bueno! Y no porque lo digamos en esta guía. Hace unos cuantos años, el poeta sevillano Manuel Machado, el hermano de Antonio, ya promovía la Cultura Libre.

Atahualpa Yupanqui decía que Manuel se sintió feliz de alcanzar la “gloria del anonimato” cuando, al escuchar a una muchacha recitar sus versos, le preguntó de quién eran y ella respondió “no sé, de aquí, de la gente, del pueblo”.

Por compartir y difundir libremente su obra, Machado logró universalizar su mensaje y sus versos. ¿No es ése el objetivo de cualquier artista, comunicador o activista?

*Hasta que el pueblo las canta,
las coplas, coplas no son,
y cuando las canta el pueblo,
ya nadie sabe el autor.*

*Tal es la gloria, Guillén,
de los que escriben cantares:
oír decir a la gente
que no los ha escrito nadie.*

*Procura tú que tus coplas
vayan al pueblo a parar,
aunque dejen de ser tuyas
para ser de los demás.*

*Que, al fundir el corazón
en el alma popular,
lo que se pierde de nombre
se gana de eternidad.*

Manuel Machado

Puedes escuchar el poema de Manuel Machado en la voz de Atahualpa Yupanqui en este programa de Voces en el Desierto: <http://radioslibres.net/article/expropiaciones-culturales/>

COLECCIÓN “PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS EN DERECHOS Y CIUDADANÍA”

GUÍA 4: 10 MITOS SOBRE LA CULTURA LIBRE Y EL ACCESO ABIERTO AL CONOCIMIENTO

Guía sobre derechos autorales y licencias libres para movimientos sociales y medios comunitarios.



Radioteca: Red Social de Radialistas
<http://radioteca.net>



Radialistas Apasionadas y Apasionados
<http://radialistas.net>



Hivos: People Unlimited
<http://hivos.org/>

Derechos compartidos
Creative Commons 4.0
¡Copia, distribuye, difunde!

