

2° Encuentro Nacional de Gestión Cultural

*Diversidad, tradición e innovación
en la gestión cultural*

Tlaquepaque, Jalisco. Octubre 14 al 17, 2015

Problemáticas legales de la gestión cultural en la era digital

Dr. David Ramírez Plascencia - Dr. Israel Tonatiuh Lay
Arellano /UDG-SUV



Introducción.

Con el uso masivo de herramientas tecnológicas como Internet y los dispositivos móviles, los gestores culturales tienen a su disposición una amplia gama de instrumentos con un enorme potencial para facilitar su tarea de gestión y difusión de actividades culturales. Sin embargo, esas mismas herramientas que por un lado los favorecen por otro representan importantes desafíos que deben ser afrontados. Uno de los más importantes tiene que ver con el cumplimiento de las normativas en materia de derechos de autor, privacidad y transparencia que afectan su tarea, especialmente cuando se hace uso de un sitio electrónico o un perfil en alguna plataforma de redes sociales virtuales. En este sentido, crear un espacio en una plataforma como *Facebook* o diseñar un portal electrónico tiene más repercusiones legales de las que usualmente se tienen en cuenta. El propósito de este trabajo es examinar algunos puntos legales relacionados con la gestión cultural y el uso de Internet. Este ejercicio facilitará la redacción de recomendaciones para proteger legalmente tanto la actividad del gestor cultural como los derechos de los usuarios que utilizan estos espacios en línea.

En la década de los noventa la sociedad latinoamericana presenció dos grandes procesos: por un lado una fuerte privatización de empresas paraestatales, bajo un concepto de liberalización económica, así como una gran apertura a la influencia cultural internacional, principalmente de Estados Unidos, en algunos contextos se le denominó a este fenómeno como "Globalización" (Yúdice, 1996: 95). Por aquel entonces existía la gran preocupación de que los incipientes influjos culturales provenientes de otros países pudiera afectar en gran medida el patrimonio cultural regional. Si bien, ya existía una apertura a productos foráneos, esta era pequeña y supervisada, materializándose en forma de mercancías o bien a través de programas de televisión. Sin embargo, la aplicación de manera más abierta de las políticas neoliberales propició una avalancha de bienes, servicios

pero sobre todo de nuevos elementos culturales. Fue en esta encrucijada donde el gestor debió enfrentar desafíos importantes en materia de protección del patrimonio cultural, pensemos por ejemplo en la desamortización de terrenos ejidales en México en donde existían vestigios arqueológicos, o bien en la comercialización de prácticas y productos de manera automatizada y global.

Pero la década de los noventa también trajo aparejada junto a la globalización una nueva forma de comunicación que a lo largo del tiempo se consolidó como una de las formas más importantes en la historia. Internet, y el posterior desarrollo de comunidades digitales y plataformas de redes sociales virtuales ha permitido una miríada de posibilidades en los campos económicos, sociales y culturales. Con respecto a la función del gestor de la cultura ha permitido el desarrollo de proyectos de protección y difusión de una manera más eficiente y a un menor costo. La creación de un *blog*, un perfil en redes sociales virtuales o en *YouTube* puede convertirse en una gran ventana para difundir espacios de integración comunitaria o bien como enlace para promover el desarrollo regional a través del turismo cultural.

Con la tecnología digital existente se pueden elaborar ya sea portales culturales de gran envergadura o bien espacios de opinión y denuncia de acciones que atentan contra el patrimonio material e inmaterial de una población en concreto. Gracias a la difusión en redes sociales es posible movilizar acciones y armar cadenas solidarias. Son estas las bondades derivadas de vivir en un contexto social más interconectado e informatizado.

Sin embargo, una de las cuestiones más importantes que ha dejado como legado el advenimiento de la globalización y el Internet es un conflicto entre la búsqueda por conservar el patrimonio cultural material e inmaterial de una población de posibles influencias externas, aunque paradójicamente también se busca dar apertura, difusión y consolidación a proyectos autogestivos y sostenibles tanto económica como socialmente (Arizpe, 2006: 26). En este sentido, el conocimiento de las normativas nacionales e internacionales en materia

de patrimonio cultural se consolida como un elemento esencial en las estrategias de los gestores culturales (Baudrihaye, 1997). Esta importancia, como sea, no debe soslayarse al tratarse de portales y medios digitales. Las obligaciones y derechos no se extinguen en Internet, se amplían.

Internet, la gestión cultura y el derecho.

El uso de Internet se ha consolidado como una estrategia básica para crear proyectos sustentables de desarrollo comunitario capaces de mejorar las condiciones de vida de los habitantes en las comunidades pero también que permita generar ingresos que ayuden a la conservación del patrimonio cultural. La incorporación de la tecnología en los procesos, no sólo de difusión sino también en el mejoramiento de la administración y la logística, elementos que si bien no son tan visibles como un portal electrónico, si que impactan de manera significativa en la creación de proyectos viables y de gran alcance (Sánchez-Arce y Saorín, 2001: 226)

En efecto, las bondades de Internet han propiciado el aumento de portales electrónicos, *blogs*, perfiles en *redes sociales virtuales* relacionados con la protección, difusión y desarrollo de proyectos de esta índole. Como sea, esas mismas bondades que nos facilita el uso de esta tecnología, también representan desafíos, problemáticas y precauciones que se deben de tomar en cuenta. Así por ejemplo, el gestor cultural debe entender que Internet no es un punto y a parte del mundo real, sino una extensión del mismo. En la gestión de un proyecto relacionado con la cultura no sólo es importante el financiamiento y los recursos humanos y materiales sino también la cuestión legal. Internet no es un cheque en blanco para poder trabajar sin contemplar las posibles repercusiones legales de los actos y acciones, por muy buenas intenciones que se tenga en mejorar las condiciones sociales de una comunidad, la falta de este conocimiento puede ser

perjudicial tanto para la viabilidad del proyecto como para comunidad a la que se busca ayudar. En este sentido los derechos de autor, los derechos de privacidad y la libertad de expresión son tres ejes legales importantes que deben ser atendidos para poder establecer espacios exitosos y confiables en Internet.

Conforme se fue popularizando el uso de Internet fueron apareciendo nuevas formas de consumo de contenidos en línea. Los elementos multimedia se distribuyen de manera rápida y global a través de las redes de información que poco a poco han creado nuevos mercados. En este sentido y a pesar de las diferencias culturales entre usuarios y empresas (Hermeking, 2005) ha sido posible establecer reglas de carácter mercantil, así como protocolos técnicos que permiten el *flujo* de bienes y servicios con mayor facilidad. En el campo del consumo cultural, Internet también ha permitido la creación de espacios para el intercambio y la difusión de ideas, ha facilitado la interconexión entre consumidores, promotores y espacios culturales.

Si hay algo que está actualmente en boga y que representa de manera significativa lo que Internet ha cambiado en el quehacer del gestor cultural, es el trabajo en Red, no sólo pensando en el uso de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación), sino también como un esquema más amplio de colaboración entre gobierno, empresas, gestor cultural, y comunidad (Cerezo, 2015). El trabajo en red facilita la unión de sinergias tanto a nivel local como internacional. Este tipo de trabajo nos permite ser flexibles pero también robustos, facilita la integración de elementos y la adaptación de los proyectos ante situaciones adversas o complicadas, pero también ayuda a que la red pueda ir creciendo y ampliando sus horizontes al incorporar nuevos miembros (Brun et al, 2008). Como sea, el trabajo en red, también plantea algunos desafíos, en primer lugar se debe ser flexible y con capacidad de moldearse a las circunstancias cambiantes. De igual forma, se debe mantener una comunicación constante entre los miembros de la red. Con respecto al uso de la tecnología, redes sociales en concreto, es importante hacer una separación entre los espacios personales y los utilizados para la gestión social. Comprender que los perfiles sociales son

también ventanas abiertas y que por lo cual es importante guardar ciertos parámetros éticos, evitando con ello sufrir algún imprevisto de carácter moral que menoscabe la reputación pública del proyecto cultural.

Otro punto importante es entender que las plataformas de redes sociales virtuales, como *YouTube*, son empresas que han delimitado legalmente tanto los derechos y obligaciones de sus usuarios, es importante conocer estas normativas. Comprender los derechos de uso, de explotación moral o patrimonial, así como las políticas empresariales de estos portales con respecto a los derechos de autor, la privacidad o bien la libertad de expresión.

Con las redes sociales virtuales es más factible poder crear proyectos que promuevan en gran medida el turismo cultural. En este sentido los grandes museos del mundo hacen uso de estas plataformas para crear modelos alrededor de tres ejes importantes: la cuestión multilingüe, multicanal y multicultural (Soler Herrero, 2013). Es decir se enfocan en la creación de información en varios idiomas, pero también tomando en cuenta las preferencias como en caso de América Latina y España que si bien hablan el mismo idioma, guardan sus diferencias culturales. Son multicanales porque le apuestan a crear videos en *YouTube*, fotografías en *Instagram*, o bien crean perfiles en *Facebook* y *Twitter*, etc. Lo que se puede apreciar a través de estas estrategias es que si bien Internet es una comunicación global, los gestores culturales deben entender que los mercados pueden ser segmentados, de ahí la importancia de ofrecer una cartera de actividades e información de acuerdo a un público particular, que si bien puede haber afinidades comunes buscan diferentes intereses. Este tipo de estrategias también deben de ir aparejadas con buenos estudios legales sobre el tipo de normas que operan de manera internacional y local alrededor de nuestros espacios virtuales.

Si bien puede parecer contrario a la libertad de expresión y el espíritu de la cultura libre el asunto de los derechos de autor y su protección. Es importante resaltar que, paradójicamente, propiciar una cultura de respeto a los derechos no

sólo de autoría sino también para la explotación económica de las obras genera un ambiente de certidumbre y claridad legal, lo que propicia e incentiva la producción cultural (Cohen, 2006: 1203). Un marco regulatorio eficaz, especialmente en Internet, garantiza que los autores puedan elaborar sus obras, muchas de ellas digitales pensemos en portales como *DevianArt* (<https://www.deviantart.com/>), sin temor a ser plagiados, impactando seriamente su patrimonio, un gestor cultural, gracias a este marco de protección de derechos, puede elaborar proyectos con más certidumbre sobre los alcances legales y financieros atrayendo de manera más fácil inversores y colaboradores. Una de las principales lecciones que nos aporta el entender la importancia de los derechos de autor es darle el justo valor al patrimonio cultural, entender que debe ser no sólo difundido sino también protegido, porque de ello depende no sólo obtener ganancias económicas sino también su conservación.

Conclusiones.

El profesional de la gestión cultural en América Latina debe afrontar muchos retos para cumplir con su función de promover, proteger y gestionar proyectos relacionados con la cultura. No sólo se trata de lo limitado que suelen ser los recursos financieros, humanos y físicos que tiene a su disposición, si no también lo endeble del marco normativo existente en materia de promoción y protección de la cultura tanto a nivel nacional como Internacional. Pero aún cuando hay un cuerpo legal que englobe su profesión y de certeza sobre como proceder en algunos casos, el gestor cultural debe de afrontar la realidad de que llegar a cumplir esas normas es en muchas ocasiones complicado.

Esta problemática legal tanto en materia de protección de los derechos culturales tiene una larga historia (Bolívar, 1996). Sin embargo, de igual manera, con el paso del tiempo el desarrollo cada vez más robusto de tecnologías de

comunicación e información han permitido que el gestor cultural tenga algunas herramientas digitales que le permitan afrontar los retos antes mencionados y le faciliten el poder conformar comunidades de profesionales que coadyuven entre si para lograr un mejoramiento de las condiciones laborales, lo cual también beneficia la protección y difusión de la cultura en comunidades que carecen de medios económicos y humanos para hacerlo.

Un punto importante referente al uso de Internet en la gestión y difusión de cultura tiene que ver con la posibilidad de abrir nuevos canales y opciones para propuestas, comunidades y manifestaciones que de otra manera no tendrían ese acceso. De esta manera la facilidad con que se puede crear un sitio electrónico o bien un portal en Internet nos permite lograr que propuesta locales puedan ser expuestas ante los ojos de millones de potenciales sujetos. Esa es una de las grandes ventajas de Internet. Pensemos por ejemplo en jóvenes creadores que buscan difundir sus creaciones a un público más amplio (Lovink, 2007). El uso de plataformas como *Facebook*, ayudaría a esta función, pero también se debe de ser consiente de que exponer su obra ya sea musical o visual ante millones de potenciales clientes o espectadores puede propiciar algún peligro de índole legal. Es ahí la importancia de una buena planeación y gestión. No sólo se trata de pensar en el hospedaje digital o una estrategia de marketing en redes, sino también considerar los aspectos legales e incluso sociales relacionados con la exposición de la propuesta cultural. En este sentido el gestor cultural debe tener un conocimiento claro sobre los posibles beneficios pero también las problemáticas legales.

Bibliografía

- Arizpe, L. (2006). Los Debates Internacionales en torno al Patrimonio Cultural Inmaterial. *Cuicuilco. Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia*, 13(38), 11–28.
- Baudrihayé, J. A. R. (1997). El turismo cultural: luces y sombras. *Estudios Turísticos*, (134), 43–54.
- Bolívar, L. (1996). *Derechos económicos, sociales y culturales: Derribar mitos, enfrentar retos, tender puentes." Una visión desde la (in) experiencia de América Latina*. Caracas: PROVEA.
- Cerezo, J. (2015). El reto de la transformación digital de las industrias culturales. In R. Mesa (Ed.), *Anuario AC/E de cultura digital 2015. Modelos de negocio culturales en Internet Focus: Museos y nuevas tecnologías*. Madrid:AC/E.
- Cohen, J. E. (2006). *Creativity and Culture in Copyright Theory* (SSRN Scholarly Paper No. ID 929527). Rochester, NY: Social Science Research Network.
- Hermeking, M. (2005). Culture and Internet Consumption: Contributions from Cross-Cultural Marketing and Advertising Research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), 192–216.
- Lovink, G. (2007). ISUBMIT, YOUPROFILE, WERANK La deconstrucción del mito de la Web 2.0. In J. Martín Prada (Ed.), *Inclusiva-net Nuevas dinámicas artísticas en modo web 2* (pp. 23–38). Madrid: Media-Lab.
- Sánchez-Arce, M.-V., & Saorín, T. (2001). Las comunidades virtuales y los portales como escenarios de gestión documental y difusión de información. *Anales de Documentación*, 4, 215–227.
- Soler Herrero, C. (2013). El patrimonio y la gestión cultural en las redes sociales. ISOC-ES.
- Yúdice, G. (1996). Redes de gestión social y cultural en tiempos de globalización. In D. Mato, M. Montero, & E. Amodio (Eds.), *América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas*. Caracas: UNESCO.