

# La diversidad cultural y la sociedad de la información: nuevas configuraciones y tendencias emergentes en cuestiones transnacionales

**DIVINA FRAU-MEIGS**

*Profesora de la Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3*

Divina.Frau-Meigs@univ-paris3.fr

## **Resumen**

*El artículo plantea cuáles son los retos respecto a la diversidad cultural en una sociedad global, transnacional y digital, entre los que destaca la no linealidad de la producción y de los resultados, el desbordamiento transfronterizo de la soberanía y la participación de múltiples actores no estatales, incluida la sociedad civil. El texto apunta, tras hacer un estado de la cuestión, posibles líneas de actuación futuras para afrontar la adaptación de la diversidad cultural al nuevo entorno digital.*

## **Palabras clave**

*Diversidad cultural, servicio público, neutralidad de la red, bienes comunes digitales, sociedad de la información.*

## **Abstract**

*The article discusses the challenges regarding cultural diversity in a global transnational and digital society, whose main characteristics are the non-linearity of output and outcomes, the trans-border overspill of sovereignty and the participation of multiple non-state actors, including civil society. The text points out, after a status of the issue, possible courses of action to face the adaptation of cultural diversity to the new digital environment.*

## **Keywords**

*Cultural diversity, public service, net neutrality, digital commons, information society.*

La diversidad cultural es un nuevo derecho humano, que surge de una serie de debates sobre la situación de los medios en la cultura, en un mundo globalizado. Los debates se iniciaron durante la crisis de 1993, por la política de “excepción cultural”, cuando Francia, Canadá y Europa se opusieron a la inclusión de los contenidos audiovisuales en los ‘servicios culturales’, y la ronda de Uruguay luchó por liberalizar los mercados a través del Acuerdo general sobre comercio de servicios (*General Agreement on Trade in Services*, GATS). Las discusiones prosiguieron en la UNESCO, que ejerció un papel clave en la transformación de la “excepción cultural” de una consigna de resistencia a un principio jurídico innovador: “la diversidad cultural”. Esos esfuerzos condujeron a la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, ratificada como tratado en marzo de 2007.

El tratado reconoce la situación específica de los bienes y los servicios culturales, la soberanía de los estados en la aplicación de mecanismos para favorecer la diversidad cultural (incluyendo la intervención y los impuestos), la aparición de nuevos actores (sociedad civil y población autóctona) y la solidaridad internacional con los países en vías de desarrollo (frente a acuerdos bilaterales). También sitúa a la diversidad cultural en igualdad de condiciones con otros instrumentos con los que potencialmente podría chocar, como la propiedad intelectual y los derechos de gestión digital defendidos en el marco de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la Organización Mundial del Comercio (OMC). Encontró eco en la Cumbre Mundial

sobre la Sociedad de la Información, ya que se creó un grupo de diversidad cultural para la defensa de las culturas indígenas, así como para el libre acceso al dominio público mundial. La diversidad cultural también fue declarada una de las líneas prioritarias de acción (C8) en la fase posterior a la CMSI, para ser monitorizada por la UNESCO. También fue uno de los temas transversales identificados por el Foro de Gobernanza de Internet, estrechamente relacionado con la apertura de las redes y el desarrollo sostenible.

En la actualidad, a escala global, el modelo de *diversidad cultural* es el único que incorpora plenamente a los medios como bienes culturales, espectáculos y servicios, en un marco internacional. Es similar a un modelo de *servicio público* renovado, en el que el Estado es el eslabón intermedio que favorece la construcción de comunidades, la justicia social, la equidad económica y las voces minoritarias, y mantiene el pluralismo cultural dentro de sus fronteras, con el monitoreo de otros actores, incluyendo a los distintos miembros de la sociedad civil (artistas, activistas, investigadores, ONG...). Va en contra del modelo de *proveedor de información* que ha sido puesto en marcha de *facto* por Estados Unidos en su Ley de telecomunicaciones de 1996, en sí misma una versión renovada del modelo clásico de *servicios de telecomunicaciones*, que exige un enfoque de no intervención al mercado.

Sin embargo, los pilares clásicos de la regulación de la radio-televisión en “los medios de comunicación de masas” –como la escasez de espectro, el sistema de licencias y la programación

como base de la identidad nacional— ya no destacan tanto en el entorno de banda ancha de los “medios de nicho”, caracterizados por la abundancia y los servicios no lineales prestados por múltiples actores no estatales. Se están cuestionando las herramientas convencionales para la protección y promoción de la diversidad por la producción en línea de contenido agregado por los usuarios más o menos regulado, proporcionado por los individuos y las comunidades cuyas múltiples identidades privadas parecen anular las preocupaciones sobre la identidad nacional. La propia soberanía nacional está siendo puesta en duda por cuestiones transfronterizas de compatibilidad, conflictos de jurisdicción y brechas en su aplicabilidad en un momento en el que la regulación de internet, especialmente en casos como la Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), corre el riesgo de recrear la situación que desencadenó todo el debate de la diversidad cultural: el hecho de que, en vista de dicha fragmentación transfronteriza de la soberanía, la normativa estadounidense se extienda a otros países como el derecho corporativo *de facto* para bienes culturales. La situación es todavía más preocupante, teniendo en cuenta que Estados Unidos se encuentra entre los pocos países que han prometido no ratificar la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales.

Está en juego la capacidad de la diversidad cultural para adaptarse al nuevo entorno digital, ya que las cuestiones en torno a la convención y la propia convención se discutieron en una época anterior a la existencia de la red, cuando los problemas de flujos transfronterizos no lineales no eran tan importantes: si las industrias culturales se convierten al digital, ¿las políticas culturales pueden hacer lo mismo? ¿Cómo y con qué actores, en un contexto en el que el debate sobre el interés público de los medios digitales no está abierto? ¿Qué culturas digitales están emergiendo que pueden aumentar el alcance y el ámbito de aplicación de la diversidad cultural y, por tanto, cuestionar las actuales prácticas de regulación? ¿Qué políticas culturales reinventadas pueden tomar en cuenta los nuevos desafíos a la diversidad creados por el contexto transfronterizo en línea? ¿Qué nuevos modelos teóricos y mecanismos están surgiendo para hacer frente a cuestiones como la “voz”, la equidad económica y las minorías menos favorecidas de una forma plural?

## 1. El valor de la diversidad de las redes digitales: nuevos modelos de consumo audiovisual

Hasta la fecha, ningún país en el mundo ha conseguido comprometer a sus ciudadanos en la expresión de sus puntos de vista acerca de la esfera pública en línea compartida que pueda o podría tener. La CMSI podría haber sido ese escenario, a escala mundial, pero el sector de los medios estaba infrarrepresentado y la sociedad civil, a pesar de participar en muchos más aspectos de lo habitual en dicho debate de la ONU, no fue capaz de concienciar y avivar la opinión pública local y nacional con respecto a la materia. El sector privado y los gobiernos no tenían

ningún interés en plantear la cuestión y permitir que escapase de su esfera de influencia y poder. Esa es todavía la situación en la fase posterior a la CMSI, en que las líneas de acción y la gobernanza de internet permanecen en el seno de un pequeño número de representantes autoseleccionados de los tres sectores: privado, público y cívico (Frau-Meigs 2007, 2011).

### 1.1 Evaluación de las actuales amenazas a los intereses públicos en línea

Esta amenaza al servicio público se ve magnificada por la situación del sector de los medios privados, en un entorno económico desregularizado. La presión para competir y globalizar, junto con las crisis cíclicas, debilita la apertura de las redes. La necesidad de financiar y ampliar la estructura de la información lleva a las empresas a maximizar sus vías para generar ingresos, y los ingresos por publicidad se convierten en los más codiciados. Todavía no se ha acertado con el modelo de negocio de internet, pero el cambio de los ingresos de la radiotelevisión terrestre a los medios digitales bajo demanda está creando mucha confusión e incertidumbre. Este proceso tiene un impacto directo en la formulación de políticas, tanto a escala nacional como supranacional, porque se insta a los estados a relajar su supervisión del sector privado y reducir los medios de comunicación financiados con fondos públicos, especialmente aquellos que incorporan publicidad. Este proceso, a su vez, tiene un efecto amedrentador sobre los medios de comunicación del sector público, ya que ven cómo se reducen sus fuentes de ingresos en un momento en el que están obligados a ampliar sus actividades hacia el mundo en línea. Además, el sector empresarial tiende a plantear argumentos que equiparan la radiotelevisión popular con los medios de comunicación comerciales, y el servicio público con la radiotelevisión impopular. Postula que el público de los medios de comunicación comerciales está menos coaccionado y es más participativo que el de la radiotelevisión pública.

Las mayores controversias con el sector privado están relacionadas con la transnacionalización de los nuevos medios y las nuevas oportunidades para la difusión de contenidos de una forma distinta, teniendo en cuenta la fragmentación y la segmentación del público, lo que dificulta la transmisión de mensajes masivos a audiencias masivas. Hay tres categorías de servicios audiovisuales que están bajo el cerco del sector privado y del servicio público:

- El uso de todas las nuevas plataformas de difusión, en transmisión simultánea o en línea mediante los teléfonos móviles, la mayoría de ellas procedentes de plataformas estadounidenses como YouTube;
- Los servicios todavía por definir como “puramente” comerciales: el comercio electrónico, los juegos de pago y las descargas relacionadas, los foros y los chats en la red, el patrocinio y la publicidad, los enlaces a webs comerciales;
- La emisión de programas que ya no dependen de las limitaciones temporales y las parrillas de programación lineales bajo nuevas fórmulas y paquetes como el vídeo bajo demanda y el pago por visión, así como el desarrollo y la

producción de servicios y espectáculos que son específicos para la web (Ridinger 2009).

Estas categorías plantean cuestiones de competencia por las fuentes de financiación y, asimismo, plantean cuestiones de diversidad tanto en el sentido del pluralismo de contenido y de formatos como en el sentido de servicio a los sectores de población infrarrepresentados (jóvenes, comunidades pobres...). Los casos de los archivos de la BBC en el Reino Unido o los archivos del Ina en Francia ilustran el problema del futuro de los contenidos audiovisuales cuando se transfieren a la web: ¿El prestador público puede cobrar por estas consultas? ¿El prestador público puede añadir material y enlaces al documento original y facilitar el acceso a ellos de forma gratuita, o mediante un canon? ¿Y qué sucede en el caso de los usuarios especiales, como las escuelas o los investigadores, que requieren acceso a dicha propiedad intelectual a unas tarifas especiales, como parte del patrimonio de su país y que aducen que su uso se limita a un marco no comercial? También existen cuestiones sobre la diversidad y las cuotas (programas en un determinado idioma o de una procedencia nacional que son requeridos) cuando migran a plataformas extranjeras o, por el contrario, cuando se presentan en una plataforma nacional.

Las reivindicaciones de los difusores de servicio público se ven limitadas por el hecho de que los medios basados en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han sido clasificados como servicios de pago por la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (2007). En consecuencia, las amenazas al interés público y a la diversidad cultural, especialmente visibles en los medios de servicio público de Europa, pero también en Corea, India o Estados Unidos, se dividen principalmente en tres categorías: la relajación de los regímenes regulatorios, la presión a los radiodifusores de servicio público existentes con respecto a sus regímenes de financiación pública, y la concentración y la propiedad, con las consiguientes amenazas para el pluralismo.

La relajación de los regímenes regulatorios favorece a los medios del sector privado. Es una vía para liberarles de presiones, permitiendo una mayor competencia, fomentando acuerdos de patrocinio y obligando a compartir la financiación pública con otros sectores, etc. Esta relajación tiene su contrapartida en las presiones ejercidas sobre los difusores de servicio público. Se ponen límites a su expansión y a su misión de servicio público en línea, la financiación se ve constantemente limitada, puesto que las leyes de competencia se aplican a los difusores de servicio público, que son vistos como que reciben un excesivo apoyo que burla las leyes del mercado. Se cuestiona el acceso a los ingresos por publicidad y se imponen restricciones sobre otras fuentes de ingresos. Eso es particularmente visible en las políticas que establecen una “prueba de valor público” como a la que está sometida la BBC en el Reino Unido u otros que intentan reducir las opciones de publicidad a los medios de comunicación públicos, como en Francia. Por el contrario, se están incrementando las políticas que progresivamente privati-

zan espectáculos públicos, como los partidos de fútbol, incluyéndolos en paquetes de difusión *premium*.

Esos cambios están acompañados por una oleada de medidas desreguladoras que relajan las restricciones existentes sobre la concentración de la propiedad. En Estados Unidos y en muchos países europeos, los regímenes de propiedad cruzada son modificados o flexibilizados, de forma que se permite una mayor penetración de las empresas en los mercados locales y regionales. Existe la misma tendencia en el plano internacional, con presiones para la apertura de los mercados de medios dentro de la Organización Mundial del Comercio. El argumento de la presión transnacional también se utiliza para no aplicar las obligaciones de servicio público que normalmente se requieren de los medios comerciales: no están presentes en los nuevos medios en línea, como Google o Facebook, que generan contenido sin ningún tipo de regulación. Estas corporaciones transnacionales –afianzadas en el derecho nacional de Estados Unidos– tienen la intención de prohibir que los servicios públicos accedan al campo de los medios digitales, con el fin de establecer sus propias reglas y tener una posición dominante *de facto*, gracias a la cual será difícil para cualquier nuevo competidor desbancarles. Un ejemplo de ello es Ofcom, el nuevo organismo regulador nacional del Reino Unido, que ha eliminado obligaciones de servicio público en virtud de las nuevas licencias digitales otorgadas para la radiotelevisión comercial, disminuyendo, por consiguiente, la presión ejercida sobre los organismos de radiodifusión de servir a las comunidades y a las regiones aisladas y pobres.

La situación de la Unión Europea es muy reveladora con respecto a los desafíos planteados a los medios de servicio público, en el contexto de los mercados transnacionales desregulados, entrando en conflicto con la normativa largamente establecida de cada país para la financiación de los medios de servicio público. Algunas claras tendencias muestran que las obligaciones de servicio público han aumentado con el fin de tomar en consideración los medios digitales y las oportunidades que ofrece la transmisión en directo (*live streaming*) de los programas de la radiotelevisión terrestre o la difusión por web (*webcasting*) de nuevos contenidos producidos por internet. Se han añadido a sus misiones clásicas (informar, educar y entretener) otras exigencias adicionales: estimular la diversidad cultural, fomentar la cohesión social e integrar a las comunidades lingüísticas y regionales. En algunos casos, existe la responsabilidad adicional de impulsar y apoyar la creación y la creatividad. Eso se hizo sin el consiguiente incremento de recursos humanos o recursos financieros. Como resultado, la situación financiera de los difusores de servicio público fue degradándose a partir de la década de 1990, con un incremento de las empresas públicas mucho más lento en comparación con el de los canales privados: menos del 5% en comparación con más del 15% antes de la crisis de 2009. Las autoridades públicas, en España y Portugal, por ejemplo, han sido llamadas a rescatar a sus radiodifusores de servicio público, y el resultado ha sido una menor autonomía financiera (Nikoltchev 2007; Ridinger 2009).

## 1.2 Patrones de resistencia

Las diferentes culturas de servicio público argumentan que participan en la cultura y que, si son servicios, son servicios de interés económico general, con el fin de situarse en el marco de legitimidad para la recepción de fondos públicos y no ser acusados de distorsionar el mercado. Denuncian la estrategia de contención del sector privado y consideran que al usuario final se le permite usar el mismo contenido en distintos medios, sin tener que pagar dos veces por dicha provisión (dado que ya ha pagado un impuesto público). Están surgiendo algunas tendencias en los medios de servicio público en internet que incluyen promesas de renovación y una mayor participación ciudadana. Algunos ejemplos de servicios que crean o expresan un valor público tienden a acumular, como las pruebas de democracia electrónica que muestran más servicios gubernamentales orientados a las personas, un mayor acceso a bibliotecas y archivos, puntos de acceso comunitario que ofrecen más información a todas las generaciones de personas. Muchos de esos servicios son proporcionados por autoridades públicas o por lo menos son financiados por autoridades públicas, pero algunos pueden ser parcialmente financiados y apoyados por entidades de la sociedad civil o el sector privado local. Muestran una tendencia a cambiar los modos de financiación del servicio público, que podrían tener un mayor valor público, ya que está más descentralizado, es menos verticalista y, por tanto, involucra a las personas en sus actividades diarias.

Pueden detectarse tres grandes tendencias: la difuminación de las fronteras entre los servicios lineales de comunicación audiovisual y los medios de comunicación no lineales de banda ancha; las complementariedades entre la radiodifusión y el archivo; y una planificación que tenga en cuenta al usuario y pueda reemplazar la programación de una forma ventajosa, ya que los resultados muestran que, con el tiempo, los espectáculos de servicio público están entre los más descargados por el público general. Los medios de servicio público todavía tienden a funcionar con una parrilla y una programación, ya que fomentan el consumo familiar, pero han salido de ese estancamiento hacia la banda ancha digital, recurriendo a discretas unidades de producción, disponibles en cualquier momento. Con este movimiento, los medios tradicionales de servicio público han ampliado sus capacidades patrimoniales y de archivo, ya que han sido capaces de sacar a la luz un rico fondo de programación antigua y atemporal que las nuevas generaciones pueden descubrir y disfrutar. De modo que internet se ha convertido en una plataforma de acceso a emisiones antiguas, haciendo que una gran cantidad de material financiado con fondos públicos esté disponible en la web.

Ese papel de editor digital puede generar ingresos adicionales, a la vez que ofrece ventajas adicionales para funcionar potencialmente como un archivo digital, que ha sido explorado por una serie de entidades públicas, como la NHK en Japón, la CBC en Canadá o el Ina en Francia. La BBC ha dado un paso más, con el fin de que su material esté a disposición del público inglés. A través de su proyecto Creative Archive, de 2004

a 2006, probó la posibilidad de dejar que los británicos que pagaban el canon radiotelevisivo se descargasen materiales de radio y televisión, con controles de software para evitar las descargas fuera de las fronteras nacionales. Esas tendencias apuntan hacia capacidades de radiodifusión del servicio público en el futuro: las capacidades de publicar y educar pueden desarrollarse en línea, con materiales producidos fuera de línea a los que puede darse una mayor visibilidad y disponibilidad a profesores y niños en la búsqueda de materiales especiales libres de derechos. Eso puede convertirse en una respuesta de servicio público a los servicios comerciales que tratan de crear universos de entretenimiento globales para mantener al público en un estado de inmersión en la red.

Volver a captar al usuario final es también una posibilidad que permite combatir el “efecto cursor” de la radiodifusión pública: cuanto más eleva un canal el nivel educativo o cultural, más se incrementa la edad de las personas telespectadoras. El contenido generado por los usuarios ha sido una forma de atraer nuevamente el interés de los jóvenes, cuya audiencia se ha incrementado en los últimos años. Al sustituir la seducción comercial por la curiosidad y la proximidad, los radiodifusores de servicio público han desarrollado una estrategia a dos bandas, como lo ejemplifica France 5: internet ha sido concebida como una extensión de los programas terrestres, con sitios como “Les Zouzous” (para niños) y “Côté Profs” (para profesores); internet también ha sido concebida como un canal *per se*, con su propia programación a través de WebTV para adolescentes, una audiencia problemática que debe intentarse atraer para que deje de recurrir a la radiodifusión comercial o a los juegos <[www.france5.org](http://www.france5.org)>.

Los nuevos modos de participación, más en sintonía con las situaciones de escucha y visionado de las personas jóvenes, les permiten determinar el *timing* y el formato, ya que los límites entre el contenido estático y el interactivo se vuelven más permeables. Los difusores de servicio público con extensiones en línea como RaiNet o BBC.org han empleado verdaderas herramientas de comunicación para dialogar con su público, recibir sus opiniones y adaptar su contenido. Como resultado, la erosión o la pérdida de audiencia se han estabilizado en los últimos años, del 30% al 47%, según los países, y siempre hay un canal de servicio público entre el *top ten* de los índices de audiencia nacionales (Lange 2009).

El otro desafío que los radiodifusores de servicio público han afrontado es la dimensión transfronteriza de los medios digitales, para satisfacer su obligación de proporcionar contenido local y regional. Al permitir una mayor participación y más ventanas de transmisión para la producción local en su oferta en línea, han visto nuevas oportunidades para cumplir con su mandato de inclusión, pluralismo, creatividad, servicio a minorías, niños y educación en entornos informales, al tiempo que dan a los difusores comunitarios algo de visibilidad en el ámbito público nacional, a un coste relativamente bajo. Al hacerlo, corren el riesgo de querer abarcar demasiado, ya que su presupuesto también se está adelgazando.

Lo que está en juego, para las comunidades nacionales y locales, es el estatus del interés público en su relación con los intereses privados dominantes de los medios, cuyo papel no es el desarrollo cultural de la diversidad. El mercado no tiene la misión de garantizar ese derecho en su uso comercial de internet. En el contexto mundial, transnacional, el mercado corporativo tiene aún menos interés en el respeto de las interpretaciones nacionales y la evolución de ese derecho. Los órganos de gobierno autorreguladores de las redes digitales, como ICANN, no son responsables ante los usuarios de internet de todo el mundo. Muchos usuarios de internet no participan en los debates sobre el proceso de gobernanza, y los foros existentes, como el IGF, no son responsables ante la comunidad internacional, lo que hace que sea difícil superar la brecha digital.

## 2. Conceptos y mecanismos emergentes: los desafíos transnacionales de las industrias creativas, los bienes comunes digitales (*digital commons*) y la neutralidad de la red

La aparición de empresas transnacionales privadas en el sector de los medios está, pues, lejos de ser compensada por un crecimiento similar de los servicios públicos transnacionales —a excepción, posiblemente, de la BBC. A medida que los nuevos conglomerados con sede en Estados Unidos como Google, YouTube, Apple/iTunes, Facebook, etc., se convierten en medios de comunicación, ya que no sólo proporcionan acceso, sino que también ofrecen espectáculos y servicios (como las antiguas empresas Disney o Time Warner), el riesgo de privatización del contenido agregado por los usuarios está aumentando. El desafío en línea para la diversidad cultural no es sólo la protección y promoción de espectáculos audiovisuales, es también el fomento de contenidos y servicios generados por los usuarios que mueve al público desde el consumo hasta la participación, con mayor cooperación.

### 2.1 La concentración y la “voz”

La concentración es una moneda de dos caras, ya que está relacionada con la propiedad y el contenido. La cantidad de medios de comunicación y de voces ha aumentado en conjunto en la “sociedad de la información”, pero el tráfico dominante se dirige a una cantidad mucho menor de actores, que han conseguido ofrecer atractivos servicios, como Google para la navegación o Facebook para las redes sociales. La gama de puntos de entrada tiende a disminuir a medida que están siendo comprados por corporaciones más grandes que los añaden a sus activos, como en el caso de YouTube, comprado por Google. El resultado es que algunas empresas se vuelven aún más poderosas y se encuentran en una situación de cuasi monopolio en el Hollyweb digital. El sector de los medios de comunicación en línea y fuera de línea se está combinando, no sólo por la convergencia digital, sino también porque muchos gobiernos, especialmente Estados Unidos, han estado burlando las

leyes antimonopolio para permitir a sus empresas que dominen la competencia internacional. Como resultado, las compañías de medios tradicionales y los servicios en línea se integran en corporaciones verticales que ofrecen servicios y espectáculos, preferiblemente sobre una base de pago. La protesta pública frente a ese inaceptable nivel de concentración ha sido de poca utilidad contra el poder de presión del mundo empresarial.

En cuanto al contenido, el énfasis en la expresividad y la flexión, tan características de la identidad en el ciberespacio, significa que los usuarios tienden a hablar más sobre sí mismos que a escuchar a los demás. A pesar de todo el bombardeo publicitario sobre la participación, las tendencias de investigación demuestran que internet es un medio más de *uno-a-pocos-afortunados* (*one-to-the-happy-few*) que de *varios-a-varios* (*many-to-many*) (<pewinternet.org/media> 2009). Además, debido a un fenómeno de bola de nieve de imitación característico de la construcción de reputación, las fórmulas que funcionan serán adoptadas y repetidas a lo largo de la misma plataforma y de otras plataformas. Ese es, particularmente, el caso de los blogs en plataformas populares como Skyblog. Los usuarios son poco conscientes de las limitaciones de formato que les obligan a incluir una imagen de sí mismos o a agregar un vínculo todavía a una persona más. La homogeneización de contenidos y prácticas relacionadas es un riesgo, sobre todo si la plataforma es dominante en el mercado. Esta plataforma puede, por tanto, ejercer un control editorial sobre el contenido, de modo que, en realidad, puede crear discriminación y falta de pluralismo en la información a la que se accede (Frau-Meigs 2011b).

Una última ofensiva al contenido como voz está relacionada con la difuminación de las fronteras entre el servicio y el eslogan, el espectáculo y el *spot*. Eso, por consiguiente, también diluye las fronteras entre la búsqueda y la publicidad y, como consecuencia, entre la información y la desinformación. La publicidad, fomentada por las técnicas de neuromarketing, ha pasado de formas reconocibles, como las pantallas y las ventanas emergentes, a sofisticadas formas de “búsqueda específica”, como emplazamiento pagado (se adjunta un anuncio *a priori* a la búsqueda de un término) y enlaces patrocinados, en que el patrocinador paga al *gatekeeper* para que adjunte su anuncio en webs o términos de búsqueda específicos. Ambas formas de publicidad oculta tienden a impulsar la posición de un determinado web, blog o portal en el sistema de clasificación e indexado y, por tanto, lo hace aparecer como muy popular, a veces indebidamente, como en el caso del falseo de índices (*spam-indexing*) o el *page-jacking*<sup>1</sup> (Van Couvering 2004). La misma herramienta de acceso, así pues, está centrada en la publicidad, lo que tiene un impacto en su agenda, ya que su interés comercial reside en mantener contento al cliente con respecto a su posicionamiento global. El plan de negocios cumple con la agenda oculta: la plataforma de *gatekeeping* vende usuarios a los anunciantes, por no hablar de proporcionar acceso a terceras partes para la extracción de datos, dentro de un modelo de *proveedor de información* de los intercambios en línea.

Eso apunta a la cuestión de la transparencia, ya que los mode-

los secretos de negocio pueden entrar en conflicto con el interés público. La BBC es relativamente transparente sobre su modelo de búsqueda, mientras que Google no lo es, y se enorgullece de anunciar que modifica su algoritmo de forma regular. Se requiere o se espera de los *gatekeepers* no comerciales y públicos que revelen los principios rectores de su gestión de contenidos. Ese es el caso también de una serie de motores de búsqueda que funcionan bajo la licencia GPL, como un motor de búsqueda global distribuido de forma gratuita, YaCY, basado en principios de redes *peer-to-peer*, en el modelo de *código abierto* de intercambios en línea. Dicho modelo, muy similar al modelo de *diversidad cultural*, está tratando de fomentar la gestión del significado no con indexación por clasificación y popularidad, sino con la indexación de conocimientos científicos y educativos, especialmente con herramientas de búsqueda semántica especializadas, como ScienceNet (para repositorios educativos) o iSearch (para catálogos de bibliotecas).

## 2. 2 El cuestionado campo de las “industrias creativas”

Sin embargo, se están implantando algunas relaciones con los medios y los contenidos fuera de esos canales de distribución, sin acceso a través de un canon de licencia, una suscripción o un soporte publicitario. Fuera de esas obligaciones y derechos contractuales y de esa relación comercial, cada vez más personas están iniciando relaciones con los medios sin preocuparse de si esas prácticas son legales o ilegales (aunque la industria tiende a denunciarlas en términos de “piratería”). Las prácticas de internet han permitido tanto la circulación de libros y películas “olvidados”, sin ningún interés para el sector industrial, como la revisión y creación de nuevas producciones de arte, producidas digitalmente, como en el caso de MARCEL (Multi-media Art Research Centres and Electronic Laboratories), una red interactiva de gran ancho de banda dedicada a la experimentación artística y educativa <mmmarcel.org>. Los aficionados y los amantes de las culturas se han ido expresando, reapropiándose de ficciones como *El señor de los anillos* (inventándose, por ejemplo, la vida del hijo de Aragorn). Estrategias como el muestreo, la mezcla, el furtivismo (*poaching*) y la puesta en común han permitido a los participantes encontrar su centro de control y expresión, emanciparse de las figuras dominantes del autor como creador o el usuario como consumidor, a menudo mediante la producción de piezas colaborativas con respecto a las que no puede reclamarse autoría.

Estas industrias creativas pueden ser vistas como el nuevo horizonte de la diversidad cultural, como lo reconoció la UNESCO en 2006: “Las industrias creativas se distinguen de las industrias culturales... por su énfasis en la expresión y la identidad, en lugar de en el marketing, con un especial interés por la artesanía y las artes populares, así como el diseño, con las obras y las aplicaciones derivadas en la edición, la música y el cine” <portal.unesco.org>. Esto incluye a una serie de sectores, principalmente, en las áreas de la comunicación y la información, como el cine, el sector audiovisual, la música, la edición y los videojuegos, así como la artesanía, la arquitectura, el diseño, la

moda y los bienes culturales más intangibles, relacionados con las antigüedades (museos y bibliotecas) y las actividades turísticas (comida, folklore, etc.) La UNESCO asocia las industrias creativas con la interpretación de la diversidad cultural basada en la identidad, y añade un aspecto local relacionado con la idea de desarrollo sostenible.

La reciente iniciativa de designar “ciudades creativas” es importante, ya que esas entidades territoriales y políticas pueden proteger al individuo dentro de la comunidad, ofreciendo formas localizadas de expresión colectiva. La UNESCO, a través de la Alianza Global para la Diversidad Cultural, estableció una “Red de Ciudades Creativas” para el intercambio de buenas prácticas y para facilitar la transferencia de habilidades. Dicha iniciativa busca la promoción de las industrias locales, poniéndolas en línea, y aumenta las alternativas para la perspectiva de las industrias creativas basadas en la diversidad, lo que refleja los intereses de la sociedad civil, que se ocupa de los activos digitales compartidos y el desarrollo sostenible.

Estos procesos allanan el camino para la diversidad cultural, ya que combinan varios recursos y su propagación descentralizada a otros nodos en la red. Ciertos servicios web ya están empezando a conectar a agentes autónomos inteligentes, capaces de interactuar entre ellos, con otros sitios web y otras personas. Esos enormes sistemas de inteligencia híbrida [que combinan personas y *software* inteligente, y pueden incluir sistemas de traducción automática (necesarios para la auténtica diversidad)] pueden capacitar a las comunidades territoriales y virtuales a autoorganizarse, optimizar sus costes transaccionales y gestionar los equipos de colaboración creativos y las redes de conocimiento diversificadas.

Sin embargo, existe una doble tendencia que amenaza dicha construcción de industrias creativas: tienden a extenderse sobre las plataformas privadas (*proprietary platforms*) cuando son dirigidas por individuos; tienden a ser recuperadas hacia prácticas de mercado de nueva institucionalización, con cláusulas legales cambiantes. Hollyweb, a través de plataformas de redes sociales como Myspace o Second Life, está ofreciendo a los usuarios espacios “listos para mediatizar”, donde lo que se vende no es el contenido, sino el uso de las herramientas de producción. La web 2.0 parece distribuir los medios de producción a las masas, pero las ganancias económicas son para unos pocos. Algunos analistas se preguntan por los medios de pago para el trabajo creativo de ese tipo, y remarcan la aparición de una clase de “infomediarios” o agentes de información que se encuentran entre los pocos que viven de ese sistema (Moeglin 2007). Otros analistas se refieren a la “aparcería” (*sharecropping*), ya que cada participante recibe lo suficiente para mantener la producción, mientras que el crecimiento general y los beneficios son para algunas empresas más grandes, que pueden intervenir en la gestión de la cosecha digital, como en el caso de Google, que, a través de AdSense, es capaz de obtener una gran cantidad de los ingresos por publicidad que circulan por esos espacios digitales. Los beneficios, en realidad, parece que surgen de los gastos de publicidad y conexión, apoyados por

los cultivarredes (*netcroppers*) y sus clientes, más que por el propio contenido digital. Además, la calidad del trabajo de esos cultivarredes no siempre es reconocida y tienden a confundir su tiempo de ocio con su tiempo de trabajo (Husson 2007; Frau-Meigs 2011b).

Hollyweb también despliega todos los medios posibles para consolidar un acceso privilegiado mediante la gestión digital de derechos (*Digital Rights Management* –DRM en inglés–) y otras herramientas IP, como herramientas privadas exclusivas. La aprobación de leyes que impiden que las obras sean de dominio público antes de un mínimo de 70 años es un ejemplo de medida. La Ley sobre derechos de autor y derechos relacionados en la sociedad de la información (*Droit d'auteur et droits voisins dans la société de l'information*, DADVSI) de Francia contra las “descargas ilegales” ilustra cómo los gobiernos pueden estar a merced de los grupos de presión internacionales y rechazar cualquier innovación en el ámbito legal que pudiese tomar en consideración el hecho de que los bienes no exclusivos y sin rivalidad circulen en línea. Ello tiene como objeto cortar de raíz la conexión directa entre artistas y aficionados que puede eludir a los productores y a los proveedores, así como otros modelos económicos como el del don y sin ánimo de lucro, o a través de sistemas *peer-to-peer* (P2P) de mancomunación e intercambio.

Se corre el riesgo de que el sector privado, que ve a las industrias creativas como una ampliación del contenido y de los servicios de los medios, se apodere de ellas. Las empresas internacionales han presionado a la OMPI para asegurarse de que pone en marcha una serie de herramientas para su monitorización, incluyendo una división de industrias creativas. Situada en el sector de las pequeñas y medianas empresas, esta división trata de cuantificar estadísticamente las industrias creativas, con el fin de medir su potencial económico y su valor como productos y servicios comerciales. Su objetivo es garantizar que estas industrias permanecen dentro del ámbito de la propiedad intelectual y no experimentan con otros enfoques en la gestión de la competencia o la creatividad.

Existen, por tanto, dos visiones abiertamente opuestas: una construida en torno a la vigilancia y la restricción, y otra en torno a la negociación y la diferenciación. En un cambio de rumbo paradójico, los defensores del libre comercio están demostrando ser unos intransigentes proteccionistas, que se aferran a estrictos derechos de propiedad intelectual, mientras que los defensores de la diversidad están mucho más dispuestos a promover soluciones alternativas. Los defensores de la diversidad no abogan por un marco libre, en el que todo vale, sino que sugieren que los autores podrían ser compensados de distintas formas, así como que el pago por los derechos podría estar menos centralizado y ser menos dependiente de las empresas infomediarias. Apoyan los mecanismos alternativos, como la “licencia global”, que propone legalizar los intercambios *peer-to-peer*, a cambio de una cuota para las suscripciones a internet de banda ancha, que se destinaría directamente a financiar a los creadores y autores (Aigrain 2005).

### 2.3 Los bienes comunes digitales (*digital commons*) y los recursos educativos abiertos (REA)

Las industrias creativas, según la definición de la UNESCO, también pueden ser consideradas parte de los bienes comunes digitales (*digital commons*). Los *bienes comunes* son espacios relacionales, con normas derogatorias que no los asimilan a los mercados, donde los activos tangibles e intangibles son compartidos por una comunidad, como las ondas de radiodifusión o la banda ancha digital. De hecho, las obras creativas de las personas que no están bajo la normativa de derechos de autor y un número de recursos digitales de dominio público han producido esos bienes comunes digitales. A menudo están relacionados con la difusión del conocimiento, especialmente con la investigación científica y académica, con el apoyo del ámbito público a través de la financiación del gobierno, disfrazados de recursos educativos abiertos (REA), disponibles en línea a través del modelo de código abierto, que evoca al interés público de proporcionar educación, no sólo entretenimiento o servicios.

En el mundo digital, los bienes comunes han surgido en torno a la economía del don (*gift economy*), con personas como participantes y colaboradoras voluntarias a la comunidad en general, y en que los beneficios intangibles se relacionan con los bienes relacionales no exclusivos y sin rivalidad. Los contribuyentes globales a la Wikimedia, especialmente la Wikipedia, son un grupo que proporciona un bien común; los programadores de software GNU/Linux que permiten la expansión de la comunidad de software libre son otro ejemplo de ello. No hay forma alguna de evaluar el precio real de esos activos, ya que su valor real para la comunidad en general es inconmensurable y eterno (Ostrom 1990; Stallman 1999; Aigrain 2005). Los beneficios económicos y las repercusiones de no poner barreras a la inclusión de algunos de los bienes públicos pueden ser varios, incluyendo la creación de nuevos modelos de negocio y la garantía de sostenibilidad local. Sin embargo, su acceso abierto debe ser claramente identificado, gestionado por una autoridad clara, con los recursos asignados sólo para ser utilizados por los miembros de la comunidad en una clara dimensión de carácter no comercial, con el fin de darle un valor social a una infraestructura integrada, en la que los individuos pueden compartir un objetivo común, según lo propuesto por las licencias “Creative Commons” (Lessig 2001).

Sin embargo, la concentración de los medios ha afectado a los bienes comunes digitales mediante el establecimiento de un monopolio sobre los servicios de banda ancha por cable y la captura de servicios a través de estándares de propiedad no abiertos, en *hardware* clave y en protocolos y aplicaciones de *software*. La estructura de gobernanza del propio internet es privatizada *de facto* por la ICANN, la corporación que controla los nombres de dominio estratégicos, incluidos los que se refieren a la soberanía del Estado, como *.fr* o *.eu*. Aunque se presenta como una entidad técnica, no puede obviarse el hecho de que dicho control es político y afecta a la soberanía nacional y cívica. “Al no tener límites legales claros a su autoridad, con garantías democráticas dudosas y una junta orientada a repre-

sentar los intereses del comercio electrónico, la ICANN es un perfecto vehículo de gobernanza para la transformación de los bienes comunes de internet en una infraestructura comercial privatizada” (Bollier y Watts 2005).

La protección de los bienes comunes digitales puede llegar a ser posible si la diversidad cultural como derecho los incorpora como una forma de recuperar el control sobre los activos de la comunidad para fines públicos. Ello implica ir más allá de los regímenes regulatorios existentes para afrontar el reto de mantener el valor generativo añadido por los bienes comunes digitales. Es necesario explorar y transnacionalizar las estrategias legales y los mecanismos institucionales para dichos propósitos, con estrategias *multistakeholder*, utilizando modelos como las licencias Creative Commons para eludir la estricta gestión digital de derechos y mantener un dominio público dinámico, o dando a los ciudadanos una participación en los bienes públicos, en “fideicomisos de las partes interesadas (*stakeholders*) para mantener espacios digitales abiertos como bienes públicos, en “licencias públicas generales” (GPL), para conservar el código de programación como parte de los bienes comunes digitales. Esas estrategias contractuales y éticas tratan de garantizar que no existe privatización ni una apropiación inadecuada de los recursos de internet o un manejo inadecuado y temerario por parte de los estados y las corporaciones.

Como en el caso del servicio público de radiodifusión en línea, es importante definir las misiones de los bienes comunes digitales, con el fin de defenderlos. Por el momento, internet como bien común digital no está equipado para detectar el abuso del recurso y no tiene un mecanismo de gobernanza que medie entre las demandas conflictivas en cuanto al acceso y las aplicaciones. No monitoriza el buen uso y no cuenta con los medios reales para sancionar el abuso. Los artistas, los aficionados y los agregadores de contenido deben estar sensibilizados con respecto al hecho de que abusar de los bienes comunes o mantenerlos cerrados lleva a una menor eficiencia del sistema colaborativo y a una alienación del valor de los servicios de internet y la esfera pública. Pueden ser protegidos por la creación y promoción de los proveedores de servicio público de internet para aumentar la confianza, contener el fraude y limitar los costes a los consumidores y a los ciudadanos, así como planificar la infraestructura y el desarrollo futuro a largo plazo (Frau-Meigs 2011a).

#### **2.4 ¿La “neutralidad de la red” como principio rector para la diversidad cultural en línea?**

En el ámbito comercial, el nuevo principio de “neutralidad de la red” también aparece como un medio para asegurar la estabilidad a largo plazo y limitar las amenazas de las empresas de beneficiarse de desproporcionadas ventajas por la sobreexplotación del recurso en un breve período de tiempo. La neutralidad de la red surgió como una cuestión clave para el acceso y la diversidad, ya que algunas empresas habían recurrido a sus protocolos y otros dispositivos para discriminar el P2P, imponiendo un sistema de facturación al estilo de la telefonía móvil

que discrimina entre servicios y conduce a la concentración anticompetitiva, como se ejemplifica en la normativa “Brand X” de 2005 en Estados Unidos. Se demostró que los proveedores de banda ancha pueden convertirse *de facto* en *gatekeepers*, controlando tanto a los proveedores de contenido como a los clientes, lo que hace difícil a los nuevos operadores y creadores independientes el acceso a las redes digitales. Desde entonces, la neutralidad de la red ha sido ampliamente definida como el acceso no discriminatorio a los recursos y los servicios principales de internet, para subrayar la importancia de las redes abiertas para fomentar el acceso a los servicios, así como para proteger a los consumidores de las actuales prácticas anticompetitivas utilizadas por los proveedores (Mueller 2007).

Los defensores de la neutralidad de la red han expresado su preocupación por la capacidad de los proveedores de banda ancha de utilizar su infraestructura para bloquear contenido y servicios de internet, y aplicar la discriminación de datos, generando desigualdad a través de su posición dominante. Aducen que ello crearía un modelo de servicio de dos velocidades, que también crearía una ciudadanía de dos niveles: a algunos usuarios se les ofrecerían todo tipo de servicios, mientras que a otros sólo se les ofrecerían servicios básicos. Los contrarios a la neutralidad de la red afirman que el mercado no tiene ningún interés en bloquear el contenido o ralentizar su rendimiento. Les preocupa que, si los estados aplican la regulación para imponer la neutralidad de la red, eso podría fragmentar internet e impedir nuevas innovaciones tecnológicas (Mueller 2007; Frau-Meigs 2011).

En muchos países, como la Unión Europea y Estados Unidos, se está examinando la posibilidad de aplicar políticas nacionales diseñadas para exigir la neutralidad de internet. Entre los investigadores, el debate sobre la mejor forma de asegurar que el interés público sea atendido en internet es alimentado por el nivel, más o menos elevado, de confianza en los estados y los gobiernos para mantener la neutralidad de la red, la interoperabilidad y la elección de usuarios *de extremo a extremo* (*end-to-end user choices*). Para ello sería necesario facultar a los estados democráticos para que pudieran imponer un mínimo de calidad de los servicios con el fin de abordar el acceso y las posiciones dominantes. También requeriría una obligación de transparencia y rendición de cuentas (*accountability*) para limitar la capacidad de los operadores de establecer restricciones en la elección que realizan los usuarios de contenido y servicios.

Algunos investigadores abogan por mantener el papel de los gobiernos en la regulación transnacional, ya que existe una necesidad de instituciones estructuradas y elegidas que puedan equilibrar la dinámica de obtención de beneficios en contra del interés público. El caso de Google Books muestra que, cuando se movilizan los gobiernos y recurren a sus instituciones, el cerco a los bienes de dominio público, como los libros huérfanos, puede ser interrumpido, y las prácticas monopolísticas pueden ser limitadas. Los actores de la sociedad civil, especialmente los bibliotecarios, pudieron impugnar dicha privatización, y contaron con una legislación aplicada por el sistema judicial. Por tanto, la transformación de las estructuras gubernamentales

para permitir la formulación de políticas transnacionales, sobre una base de participación multilateral (*multistakeholder*), podía ser una opción viable (Hofmann 2005).

Otros investigadores expresan su escepticismo en cuanto al papel de los gobiernos en la regulación transnacional y abogan por la desnacionalización de la gobernanza de internet, por reinventar otras reglas a través de nuevas entidades y nuevos procesos. Los logros procedimentales de los estados-nación se perciben como demasiado pesados y como inhibidores de la expansión adicional de internet, y añaden que los controles procedimentales también deberían aplicarse a los propios estados, ya que no todos operan bajo las reglas democráticas y no todos cumplen con el interés público, cuando no ceden paso por completo a los intereses privados dominantes, algunos de ellos extranjeros y en detrimento de su propio pueblo (Mueller 2007).

El principio de neutralidad de la red podría ser integrado de forma ventajosa en el modelo de diversidad cultural, como una forma de volver a comprometer a los estados en sus responsabilidades, a través de la presión de la sociedad civil, para aplicar el principio de derecho y para hacer que el caso del interés público de las redes, incluso en el mantenimiento del valor público transnacional de internet, encuentre el equilibrio entre el riesgo de los intereses nacionales arraigados y los intereses privados sin derecho a representación. Ese enfoque multilateral puede proporcionar protección y participación, frente al uso indebido del interés público tanto por el Estado como el sector privado, teniendo en cuenta el interés de los usuarios de la sociedad civil, garantizando la no discriminación de los puntos de entrada y la interoperabilidad de *extremo a extremo* (Frau-Meigs 2011a).

La neutralidad de la red, por tanto, puede ejemplificar una de las formas en las que la regulación de la diversidad cultural puede operar en el ámbito transnacional: tiene en cuenta los instrumentos reguladores existentes que los estados pueden establecer con su propia soberanía, mientras que, al mismo tiempo, proporciona ampliaciones que no limitan, sino que extienden, el potencial de las redes cuando las limitaciones se encuentran en el ámbito transfronterizo. Permite la amplificación de la gobernanza de las redes, asegurando que existe compatibilidad e interoperabilidad, que los conflictos de competencia son abordados y que se tienen en cuenta los problemas de aplicabilidad, dentro de un enfoque multilateral, en el que el modelo de proveedor de información y el modelo de código abierto reciben el mismo trato.

### 3. Las perspectivas de futuro...

Así, en un futuro próximo, los principales temas en torno a la diversidad cultural es probable que se centren en las tendencias emergentes de las redes digitales en el contexto transfronterizo, el cual, por el momento, sirve mejor a los intereses de los Estados Unidos. Entre los retos principales, los más importantes son seguir promoviendo tanto las ampliaciones en línea de los medios audiovisuales como las creaciones en línea de los me-

dios de comunicación de banda ancha a medida que convergen en las redes digitales.

En el ámbito de los medios audiovisuales, el foco debe mantenerse en:

- Legitimar el valor de servicio público de las redes para la difusión de contenidos audiovisuales, mediante la protección de las ampliaciones en línea de los organismos de radiodifusión de servicio público y promoviendo la aparición de servicios públicos de radiodifusión transnacionales;
- Garantizar los derechos de programación y el acceso de las personas telespectadoras a los contenidos audiovisuales y digitales, mediante el monitoreo de una serie de acontecimientos considerados como de “gran importancia para la sociedad” (deportes, festivales...), y extender dicha protección a toda la gama de eventos comunitarios y de industrias creativas basadas en el desempeño colectivo y el conocimiento agregado por los usuarios;
- Monitorizar las herramientas de programación, como las guías electrónicas de programas, que pretenden ayudar a las personas telespectadoras a hacer frente a los flujos de programas lineales y no lineales en la televisión multicanal de alta definición, ya que pueden crear potenciales situaciones de discriminación de contenidos *premium* frente a contenidos no *premium* y, por tanto, dañar la diversidad y el pluralismo de los contenidos;
- No hay que olvidar el “dividendo digital”, que libera una gran cantidad de espectro radioeléctrico de alta calidad para el despliegue de nuevos servicios y tiene el potencial de proporcionar una gran cantidad de beneficios sociales y culturales, mediante la ampliación de las posibilidades de los actores de pequeña escala, como las comunidades o los municipios, para entrar en el sector de la radiodifusión y la industria inalámbrica.

Con respecto a los medios de banda ancha, la atención debe centrarse en:

- Conseguir una retribución creíble de la creatividad a través de la “licencia global” y otros mecanismos de compensación alternativos;
- Centrarse en la producción audiovisual en relación con las industrias creativas, de modo que los cultivarredes (*net-croppers*) se beneficien de la protección en las condiciones financieras de ese trabajo creativo y una promoción de espacios libres para el tiempo libre;
- Vincular a los estados a través de políticas culturales digitales para democratizar la cultura, especialmente mediante el desarrollo de mecanismos de apoyo para la producción y la distribución de contenido generado por los usuarios y por la comunidad;
- Mantener el valor del pluralismo en la diversidad de los medios, frente a las prácticas de vinculación (*bundling*) comercial que unen una herramienta de navegación y el software específico, todos ellos pertenecientes a un mismo operador o a la misma compañía de *software*;

- Promover un código abierto transnacional y *software* no patentado para fomentar los bienes comunes de información, a través de una robusta infraestructura básica de acceso abierto, ya sea para la seguridad y la soberanía nacionales o para las pequeñas empresas locales y las formas de expresión colectiva.

Una organización intergubernamental como la UNESCO puede necesitar ampliar su propio mandato más allá del Tratado sobre la diversidad de las expresiones culturales para la incorporación de la diversidad de las culturas en línea y sus tendencias emergentes. Las opciones abiertas a la UNESCO –y los estados que la componen– están relacionadas con una economía cosmopolita de la cultura cuyas principales características son la no linealidad de la producción y de los resultados, el desbordamiento transfronterizo de la soberanía y la participación de múltiples actores no estatales, incluida la sociedad civil. La UNESCO puede ayudar a impulsar un replanteamiento de la actividad cultural pública y a relegitimizar las políticas culturales nacionales, proporcionando herramientas para la toma de decisiones supranacionales dentro de un ámbito que se encuentra entre los más multilaterales a escala internacional, teniendo en cuenta el carácter consultivo de las ONG y las entidades del sector privado que puedan entablar diálogo. Todavía debe demostrar su capacidad para plantear esas cuestiones en otros foros internacionales, como la OMC y la OMPI, que están muy ocupados incorporando las industrias creativas y el contenido agregado por los usuarios en su agenda y su propio mandato. Esa ampliación mantendría el desarrollo de la regulación transnacional para garantizar un equilibrio en el interés público mundial entre empresas y bienes comunes.

## Nota

1. El *page-jacking* es una práctica que consiste en copiar parte de unos contenidos de una página web en otro sitio web para que parezca que se trata del original e indexarlo en motores de búsqueda para que los usuarios accedan al web copiado (en lugar del original).

## Referencias

- AIGRAIN, P. *Cause commune, l'information entre bien commun et propriété*. París: Fayard, 2005.
- BOLLIER, D.; WATTS, T. *Saving the Information Commons: A New Public Interest Agenda in Digital Media*. Washington, D.C.: New America Foundation and Public Knowledge, 2002.
- CAVES, R. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA.: Harvard University Press, 2000.
- FRAU-MEIGS, D. *Media Matters in the Cultural Contradictions of the 'Information Society': Towards a Human Rights-Based Governance*. Estrasburgo: Press of the Council of Europe, 2011.
- FRAU-MEIGS, D. *Penser la société de l'écran. Dispositifs et usages*. París: Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2011.
- FRAU-MEIGS, D. "Convergence, Internet Governance and Cultural Diversity". En: STORSUL, T.; STUEDAHL, D. (ed.): *Internet. The Ambivalence of Convergence*. Oslo: Nordicom, 2007a.
- FRAU-MEIGS, D. "La convention sur la diversité culturelle: un instrument obsolète pour une réalité en expansion?". *Annuaire Français de Relations Internationales*, 8 (2007b): 895-909.
- FRAU-MEIGS, D. "Public Service on Digital Media: Letting Young People's Situation Determine the Timing and Format?". En: CARLSSON, U.; VON FELITZEN, C. (ed.). *In the Service of Young People. Studies and Reflections on Media in the Digital Age*. Goteburgo: Unesco Clearinghouse, 2006, pp. 13-26.
- HOFMANN, J. "Internet Governance: A Regulative Idea in Flux". Social Science Research Centre Berlin, 2005. Disponible en: <http://regulation.upf.edu/ecpr-05-papers/jhofmann.pdf>
- HUSSON, M. "Quelques critiques aux thèses du capitalisme cognitive", 2007. Disponible en: <http://hussonet.free.fr/solmulti.pdf>
- LESSIG, L. *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World*. Nueva York: Random House, 2001.
- MOEGLIN, P. "Des modèles socio-économiques en mutation". En: BOUQUILLON, P.; COMBÈS, Y. (ed). *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. París: L'Harmattan, 2007.
- MUELLER, M. "Net Neutrality as Global Principle for Internet Governance". Internet Governance Project, Syracuse University, NetNeutralityGlobalP#1854B6.pdf, 2007. Disponible en: <http://internetgovernance.org/pdf/NetNeutralityGlobalPrinciple.pdf>

NIKOLTCHEV, S. (ed). IRIS Spécial. *La culture de service public de radiodiffusion*. Estrasburgo: Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, 2007.

OSTROM, E. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge UP, 1990.

RIDINGER, M. "La mission de service public et les nouveaux médias". *Iris Plus*, 6 (2009): 2-12.

STALLMAN, R. "The GNU Operating System and the Free Software Movement". *Open Sources: Voices from the Open Source Revolution*. Cambridge, Ma: O'Reilly Media, 1999.

VAN COUVERING, E. "New Media? The Political Economy of Internet Search Engines". Conferencia Anual de la IAMCR. Porto Alegre (Brasil), 2004. Disponible en:

<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.129.1900&rep=rep1&type=pdf>>