

# COMMONS nº 1

COMMONS - Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital

Publicación bianual

Volumen 1, Número 1

Diciembre 2012

DERECHOS DE AUTOR, COPYLEFT Y MOTIVACIONES DE LOS AUTORES LITERARIOS

Ana Carolina Sampaio

Fecha de envío: 31-08-2012

# DERECHOS DE AUTOR, COPYLEFT Y MOTIVACIONES DE LOS AUTORES LITERARIOS.

Una investigación acerca de la blogosfera brasileña.

## COPYRIGHT, COPYLEFT AND MOTIVATION OF LITERARY AUTHORS

An investigation of the brazilian blogosphere.

Ana Carolina Sampaio  
Doctora en Comunicación Audiovisual  
Universidad de Fortaleza (Brasil)

### Resumen

La presente investigación pretende analizar cómo Internet se ha erigido un nuevo medio de comunicación esencial, tanto en la producción como en la distribución de contenido. Muchos de los nuevos escritores brasileños utilizan sus blogs literarios para la difusión de sus textos. Investigamos cómo estos autores consideran que deben tener tratados sus derechos de autor en este nuevo contexto de publicación del ciberespacio. El estudio está basado en la aplicación de una encuesta on-line a autores de blogs literarios. Los objetivos de este estudio han sido conocer las motivaciones de los autores literarios a la hora de mantener y difundir sus creaciones a través de un blog, y investigar la percepción de los propios autores de los blogs respecto al concepto de copyleft.

### Abstract

*This research aims to analyze how the Internet has emerged as a new instrument of essential communication, both in production and distribution of content for many of the new Brazilian writers who use their literary blogs as an instrument of diffusion and how these authors consider that their author's copyrights should be treated in this new context of publication in the cyberspace. The study is based on the application of a survey on-line to literary bloggers. The objectives of this study were: to know the motivations of the literary authors when they maintain and disseminate their creations through a blog and understand if their aspirations have been successfully achieved through the use and continued maintenance of this tool. The second objective is to investigate the perception of the authors about the concept of copyleft.*

### Palabras clave

Web 2.0, Weblog, derechos de autor, propiedad intelectual, copyleft.

### Keywords

Web 2.0, Weblog, copyright, intellectual propriety, copyleft.

### 1. Introducción.

Internet se ha convertido en un vehículo de vital importancia para la difusión de las nuevas generaciones de escritores. Esa forma es similar a la utilizada por los autores de antaño, que se sirvieron del texto impreso para difundir sus ideas y relatos, cuando los únicos medios de acceso a la lectura eran los libros y los periódicos. Actualmente estamos asistiendo en la cultura globalizada y, por lo tanto también en la literatura, a un momento crucial de cambio.

Hemos elegido investigar la blogosfera brasileña por tratarse de una realidad ya conocida por la autora desde hace muchos años. Como lectora de blogs literarios, se ha observado el rápido crecimiento y profesionalización de los blogs, incluso el principio de la adopción de

licencias copyleft en los textos. De ese modo, nos ha interesado observar científicamente como se desarrollaba ese crecimiento. En el momento en que la investigación fue realizada, año 2010, marcaba el fin de un período de ocho años de Luís Inácio Lula da Silva como presidente de Brasil. En ese período el gobierno brasileño fue partidario de programas de código abierto, teniendo incluso en el Ministerio de la Ciencia y de la Tecnología proyectos desarrollados para que ordenadores públicos utilizaran software libre. Podemos también apuntar como ejemplo el ex-Ministro de Cultura, Gilberto Gil, siempre estuvo dispuesto a publicar sus trabajos con licencias copyleft y otros tantos proyectos que representaron un claro empeño del gobierno en difundir ese sistema de licencias.

El presente estudio pretende analizar cómo Internet se ha erigido como nuevo soporte comunicativo, tanto en la producción como en la distribución de contenidos para muchos de los nuevos escritores brasileños que mantienen blogs literarios. Hemos optado por analizar las motivaciones reales de los propios autores para publicar y mantener un blog, en contrapartida a las que se pueden encontrar en la publicación tradicional de libros impresos sobre soporte papel. Interrogamos directamente a los autores de los blogs literarios sobre las ventajas y desventajas, beneficios y perjuicios, fortalezas y debilidades de estos dos medios de producción y publicación de texto. Además de interrogarles sobre conocimientos personales que poseen los bloggers literarios respecto a la cultura del copyleft.

El capital intelectual es la gran fuerza de producción del momento actual y los bienes no materiales como conceptos, ideas e imágenes se erigen en las principales fuerzas de la economía. La literatura digital surge en un escenario en que los nuevos fenómenos culturales emergen desde las nuevas tecnologías, gracias a la expansión del universo descentralizado de Internet. La aparición del blogger son responsables directos de un gran flujo de informaciones y movimiento cultural en la Web. El surgimiento de los blogs se ha convertido en uno de los principales detonantes de este tipo de nuevas prácticas y usos. La idea preconcebida de que los textos que se encuentran disponibles en Internet no pasan de ser “basura cultural” tiene los días contados.

Poseer un blog para la publicación de textos, imágenes y vídeos se ha convertido para muchos usuarios de Internet en algo tan importante como poseer una dirección de correo. Ésta es una de las características esenciales de la cibercultura y de la Web 2.0: la libertad y autonomía ofrecida a los ciudadanos para aportar y verter en la red sus propias ideas, en el formato

que consideren oportuno. Benkler (2006), en su ensayo *The wealth of networks*, nos recuerda que la Red ha permitido que las ideas volviesen a tener la libertad de la que gozaban en la época de la cultura oral, con la diferencia sustancial de que hoy esas libertades de difusión de las ideas se producen con un alcance global.

Las tecnologías de la cibercultura permiten a los usuarios hacer realidad un deseo que resultaba inalcanzable en la era de la llamada “cultura de masas”: la liberalización del polo del emisor único del mensaje mediático en los procesos de comunicación masiva. Esta relativa liberalización que posibilita la cibercultura permite desarrollar ahora múltiples expresiones del individuo en el ciberespacio. El Weblog (o simplemente el blog, como se le conoce popularmente) permite que los autores sean productores y consumidores a la vez, lo que representa un avance significativo respecto a los medios de comunicación tradicionales.

Con Internet ha surgido una realidad inédita con la que antes nunca habíamos tratado. Ahora podemos crear un producto cultural o tecnológico, hacer copias y distribuir las de forma masiva y sin costes. En este nuevo escenario, la cuestión de los derechos de autor se vuelve algo importante en las discusiones sobre investigaciones culturales. Podemos definir el copyleft como un grupo de licencias aplicadas a creaciones literarias, artísticas y productos informáticos, donde cada persona puede usar, modificar y redistribuir su propio trabajo. Crumlish y Malone analizan en *Designing Social Interfaces* la definición del copyleft:

1 “Copyleft es un juego de palabras en el “mundo” del copyright para describir la práctica de utilizar la ley sobre el derecho de autor para eliminar las restricciones a la distribución de copias y versiones modificadas de una obra por terceros y que requiere las mismas libertades que se conservan en las versiones modificadas. Copyleft es una forma de concesión de licencias y se puede utilizar para modificar los derechos de autor de obras tales como programas informáticos, documentos, música y arte.”

Copyleft is a play on the “world” copyright to describe the practice of using copyright law to remove restrictions on distributing copies and modified versions of a work for others and requiring the same freedoms be preserved in modified versions. Copyleft is a form of licensing and can be used to modify copyrights for works such as computer software, documents, music and art.<sup>1</sup> (Crumlish y Malone: 2009, 261 y 262)

En ese nuevo y revolucionario contexto, hemos pretendido analizar si existe un movimiento tendencial entre el colectivo literario de los blogs hacia la actual democratización de los bienes culturales; y si es posible diagnosticar una tendencia favorable a lo que en un futuro próximo supondrá la redefinición de la cultura (en su acepción libertaria) a raíz de las nuevas posibilidades de producción y distribución que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación. Los blogs son ejemplos de lo que

Pierre Levy (1993) denomina “inteligencia colectiva”, expresión utilizada para designar una inteligencia distribuida por todas partes, que resulta de la unión de las competencias entre los individuos participantes.

De antemano, somos conscientes de que, una vez que el contenido cultural –ya sea libro, música, película, etc.– se desprende de su soporte físico, tiene la oportunidad de dejar de ser pura mercancía, de no dejarse domesticar por las industrias culturales, de dejar de ser puesto en una caja y de ser vendido en función de los intereses de las empresas del entretenimiento y la cultura enlatada. Evidentemente, la industria cultural no quiere dejar de ser un negocio lucrativo pero, a la vista del hundimiento del mercado musical, videográfico, etc., las empresas deben hacer un esfuerzo por imaginar nuevos modelos de negocio, ya sea para sustituir el modelo existente que ya no funciona en el nuevo contexto mediático y digital o bien para ser implementado en convergencia con los antiguos modelos que planteaban una libre circulación de los contenidos culturales, sin las cortapisas de las grandes empresas.

La investigación de estos aspectos pretende cumplir con dos objetivos principales. El primero pretende conocer las motivaciones de los autores literarios a la hora de mantener un blog y comprender si las aspiraciones de dichos autores son alcanzadas satisfactoriamente a través del uso y mantenimiento de esa herramienta. El segundo objetivo trata de conocer la percepción de los propios autores de los blogs respecto al concepto de copyleft, es decir, los derechos de autor en la Red y la capacidad que hoy ofrece Internet como espacio privilegiado de publicación de sus producciones literarias. Hemos postulado tres hipótesis para ese estudio:

H1: Lo más importante para los autores literarios es publicar sus textos y darlos a conocer, independientemente del soporte utilizado.

H2: Los autores literarios que mantienen un blog conocen el concepto de copyleft y se muestran favorables al mismo.

H3: En general, los autores literarios conciben la plataforma que ofrece Internet como un espacio libre y colaborativo.

### 1.1 Metodología

Hemos elegido la metodología de la encuesta para aproximarnos al objeto de estudio. Para obtener un mayor alcance en el número de respuestas, la solución más viable consistió en utilizar el medio digital como soporte idóneo para la aplicación de los cuestionarios, a partir del Portal Survs de encuestas en línea, que nos permitía disponer permanentemente del cuestionario on line para nuestra investigación en una página web.<sup>2</sup>

Para intentar dar a conocer la divulgación y las intenciones de nuestra investigación entre los autores de blogs literarios brasileños, se creó expresamente el blog “Literatura e Cultura libre. Olhares sobre a cultura copyleft”<sup>3</sup>. De igual manera, se creó también un perfil para la investigación en el dominio de “Blogspot” en el mes de mayo de 2010. El blog contenía a su vez una dirección de correo electrónico personal de la investigadora para esclarecer posibles dudas o consultas sobre el tema propuesto.

Una vez que fue creado el cuestionario y el blog para la administración del mismo, sólo hacía falta la tarea de divulgación de la forma más eficiente posible. El trabajo de divulgación para lograr alcanzar consecuentemente un número favorable y suficiente de respuestas, supuso uno de los momentos más difíciles de la investigación.

La publicación de un artículo que hacía referencia al propósito de la investigación en un gran portal de literatura brasileña, denominado “Cronópios” constituyó también otra estrategia eficaz de difusión, puesto que hizo que el número de visualizaciones de la encuesta aumentasen considerablemente<sup>4</sup>. Este portal es un periódico digital que, entre los temas relacionados con el universo literario brasileño, publica muchas narrativas de nuevos autores que, incluso al firmar sus textos en este portal, remiten a sus propios blogs literarios, y que, por regla general, se encuentran en los dominios Blogspot y Wordpress. El artículo, publicado 8 de agosto de 2010, describe los objetivos y propósitos de esta investigación y hace un llamamiento a los autores de blogs literarios a conocer el blog diseñado para la investigación, presentando tanto el enlace del blog diseñado al efecto como el específicamente relacionado con el cuestionario. Cuatro meses (exactamente desde día 10 de mayo hasta el 10 de septiembre), fueron considerados como el plazo adecuado para que las respuestas obtenidas fueran contabilizadas como válidas. Durante ese tiempo el cuestionario fue visitado por un total de 721 personas, de las cuales 194 lo contestaron íntegramente.

2 Página de enlace de la investigación con el cuestionario on-line: <https://www.survs.com/survey/EF4V0T43LX>

3. “ Literatura y Cultura libre. Miradas hacia la cultura copyleft”.

4. [www.cronopios.com.br](http://www.cronopios.com.br)

Debido a la particularidad del tema de esta investigación, resulta difícil medir el tamaño real de la blogosfera brasileña conformada exclusivamente por autores literarios, toda vez que no existe hasta la fecha ningún servicio estadístico sobre este tema. Una de las dificultades encontradas a la hora de aplicar la metodología estuvo relacionada con el tamaño de la muestra elegida, puesto que el tamaño del ciberespacio y de la blogosfera es muy volátil y no podemos contar con datos precisos ni fijos.

El presente artículo hace parte de una investigación más amplia, que también contó con la aplicación de un análisis de contenido de 230 blogs literarios brasileños. Para acotar el universo de estudio de ese análisis de contenido hemos determinado que los blogs seleccionados para la investigación debían ser blogs brasileños colgados en los dos dominios más populares que existen en el país hasta la fecha: Blogspot y Wordpress. Otra condición indispensable, es que estos blogs que forman la muestra deberían presentar también materiales y contenidos escritos inéditos para su publicación en red. Las direcciones de los blogs que forman la muestra fueron seleccionadas de forma aleatoria. Es importante resaltar que esta investigación, como hemos dicho, forma parte de un estudio más profundizado. Pero aquí en este artículo trataremos solamente de los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta.

## 1.2. Resultados

### 1.2.1 Datos relativos a la firma y los medios de publicación

Del total de las respuestas contestadas a la encuesta realizada para este estudio (N=194), una de las informaciones más cruciales para nuestros objetivos de investigación, que iremos contrastando y cruzando con todas las demás variables, son las relativas a la plasmación de la firma del autor en su propio blog. De los autores literarios que han contestado a la encuesta (véase tabla 1), sólo el 5,7% (n = 11) eligieron la opción “no firmo”, otros 2,6% (n = 5) eligieron la respuesta “firmo con mis iniciales”, mientras que el 14,9 % (n = 29) eligieron “he creado un pseudónimo”. La gran mayoría de los autores, en concreto, el 76,8% (n = 149) eligieron “firmo con mi nombre”. Así, vemos que es mayoritario el número de personas que poseen aún una noción arraigada de autoría, heredada del formato convencional, sin ninguna intención de desvincular sus textos de su nombre.

Los autores encuestados han expresado que lo más importante para ellos es conseguir publicar sus narrativas (Véase tabla II). Un total del 61,9%



(n = 120) de la muestra dice que “las dos formas de publicación (ya sea a través de una editorial o del blog) me parecen adecuadas”. Cerca del 21,1% (n = 41) de la muestra afirmó preferir publicar “a través de una editorial”, mientras que el 17% (n = 33) elige la publicación “a través de un blog” o del e-book. Entre los autores literarios que no firman sus textos, el porcentaje de los que también prefieren publicar a través de un blog (45,45%) es considerablemente mayor respecto a los que prefieren publicar a través de una editorial (18,18%) (Véase tabla III).

A diferencia del resto de respuestas que ofrecíamos en la encuesta como opción de firma, la opción “no firmo” es mayor entre quienes eligen el blog como medio predilecto de publicación en detrimento de la opción “las dos formas de publicación me parecen adecuadas”. Siempre que hay algún tipo de firma, aunque sean las iniciales o el uso de un pseudónimo, los autores eligen que las dos formas de publicación les parecen adecuadas. Ese dato demuestra que la Red, a diferencia de las publicaciones realizadas a través de las editoriales, está asociada a un espacio donde los autores asocian la idea de ejercitar la escritura y, al mismo tiempo, mantener su identidad protegida.

Otro dato que refuerza esa tendencia en el comportamiento es el porcentaje de los autores que firman con su nombre y que, a su vez, también les parece más ventajoso publicar a través de una editorial, con un porcentaje del 22,82% de la muestra, frente al 13,42% de los autores que firman con su nombre y que les parece mejor publicar sus textos en un blog. A los autores que eligen un pseudónimo para firmar sus narrativas en Red les parece proporcionalmente más ventajoso publicar en un blog, con cerca de 27,59% del total, mientras que otro 13,79% de los que firman con pseudónimo, a su vez les gusta más publicar a través de una editorial. El formato de la autoría tradicional aún prevalece entre los que eligen el sistema de publicación a través de editoriales, mientras que la utilización de pseudónimos y la ausencia de firma pertenecen, en su mayoría, al territorio de la “experimentación” mediante los blogs y a través de la Red.

La gran ventaja de publicar las narrativas en un blog apuntada por el 44,3% de la muestra es que “el blog alcanza a personas de todo el mundo”, seguido por el 22,2% de la muestra que apunta como ventaja “la rapidez de la publicación”. El “feedback generado a través del sistema de comentarios” aparece con el 18,6% de la preferencia de los autores literarios, y el 14,9% eligen “otra opción”. De este grupo, 29 personas apuntaron “otra opción” como ventaja para el medio de publicación a través de blog. De la respuesta



abierta que se codificó en esta pregunta cuando se elegía “otra opción”, 13 personas describieron como principal ventaja la libertad adquirida al publicar sin depender de las editoriales y otras 6 personas afirmaron que la principal ventaja es la interacción que establecen con otros autores literarios y personas del medio literario. Como información adicional, dijeron que esta libertad de publicación, sin interferencia alguna por parte de las editoriales, les garantizaba la participación en el medio literario sin tener la necesidad de pertenecer a grupos literarios cerrados y de difícil acceso.

Al contrastar y cruzar las respuestas de la pregunta n.º 1 (Firma) y de la n.º 4 (Desventaja de publicar en blog), percibimos que, tanto los autores que firman con su nombre como los que han creado un pseudónimo, eligen como mayor desventaja del blog la “copia sin referencia al autor” (con un 68,85% entre los que sí firman con su nombre propio y con un 21,31% entre los que utilizan pseudónimo). Por otra parte, sólo entre los que no firman sus textos sobresale la opción que apunta al “poco retorno financiero” como principal desventaja (con un 9,62%).

A diferencia de los resultados obtenidos sobre la cuestión de las ventajas del blog, donde los resultados apuntaban hacia una clara predilección por una opción de respuesta “el blog alcanza personas de todo el mundo”, entre las desventajas respecto a la publicación en este formato no ocurre lo mismo, puesto que hay una atomización de las respuestas entre las distintas opciones ofrecidas (Véase tabla IV). Un total del 31,44% de la muestra dice que la principal desventaja está relacionada con la posibilidad de “copia sin referencia al autor”, seguido del 26,80% que afirma que la principal desventaja es el “poco retorno financiero” que encuentran con el blog como herramienta de publicación de sus narrativas. Otros, en concreto el 19,59%, apuntan al hecho de que “las personas confunden literatura con relatos personales” como desventaja en el uso del blog.

Un total de 22,16% de la muestra apuntó otras opciones como desventaja. De las 43 personas que eligieron esa “otra opción”, 13 de las respuestas abiertas dijeron que la principal desventaja residía en la dificultad de su blog para tener visibilidad debido a los muchos blogs literarios existentes en el ciberespacio. Otras 9 personas apuntaron como desventaja la ausencia de prestigio que tiene la literatura publicada en Internet. Como se trataba de una respuesta abierta, en algunos casos, los autores complementaron diciendo que dicha ausencia de prestigio estaba relacionada con una de las opciones de la encuesta: que los lectores confundieran literatura con relatos personales. Otros motivos apuntados, pero sin llegar a un porcentaje

suficientemente representativo, fueron: que publicar los textos en el blog le quita el carácter inédito a la obra publicada, el hecho de que el texto en Internet no alcance a las personas que no utilizan Internet y, finalmente, algunos encuestados también mencionaron como desventaja la ausencia del soporte físico del objeto libro.

En las respuestas a las preguntas que versaban sobre las ventajas de publicar a través de una editorial, nuevamente vemos la predilección de los autores literarios por las editoriales, lo que demuestra la fuerza que el tradicional medio de edición y publicación todavía ejerce (Véase tabla V). Con el 49% del total de las respuestas de la muestra, la respuesta “reconocimiento de las editoriales” de que mi texto es un buen material para publicar fue con diferencia la más elegida, seguida a bastante distancia por la respuesta “el libro en soporte papel se puede llevar a todos los lados” con un porcentaje del 20,10% del total de la muestra. Apenas el 10,8% de los autores que contestaron al cuestionario apuntaron al “retorno financiero” como principal ventaja de publicar a través de una editorial.

Entre los que eligieron “otra opción”, 19 personas dicen que el prestigio, el reconocimiento del público y del medio literario es la principal ventaja de tener un libro publicado en una editorial. Otras 12 personas apuntan como ventaja el aspecto del tiempo de durabilidad del objeto libro como soporte y el valor sentimental que tienen en relación con el objeto, utilizando palabras como “el amor táctil” y la importancia del “aura” del objeto.

Cuando los encuestados fueron interrogados respecto a la desventaja de publicar a través de una editorial, nuevamente hemos observado una referencia en las respuestas que apuntan mayoritariamente al “difícil acceso a las editoriales” como factor más recurrente, sumando esta opción de respuesta casi la mitad de la muestra, en concreto, el 48,45% (Véase tabla VI). El “alto coste de publicación” es apuntado como la segunda desventaja más elegida con el 32,99% del total, seguido del 12,37% de la muestra que elige la opción el “número de personas que tiene acceso a los textos es limitado”.

#### *1.2.2. En cuanto al conocimiento del copyleft*

El concepto de copyleft todavía no es demasiado conocido entre la mayor parte de los autores literarios que han contestado a esta encuesta (Véase tabla VII). Aunque el margen de diferencia no sea grande (el 44,33% sí lo conocen y, en cambio, el 55,67% no), a diferencia de lo planteado en una de

las hipótesis de nuestra investigación, el concepto del copyleft no está tan ampliamente difundido entre la comunidad de autores literarios brasileños que utilizan el blog como imaginábamos. Las investigaciones analizadas respecto a la utilización de licencias copyleft, principalmente a partir de periódicos científicos, muestran una realidad distinta de la que encontramos en el universo de esta investigación. Una de las posibles explicaciones de ese escenario puede ser la pequeña divulgación de las ideas de la cultura copyleft difundida entre la comunidad brasileña de usuarios de la Web, ya sea en el ámbito informático (con el software libre), o ya sea en el ámbito de las políticas de los bienes culturales.

Entre los autores literarios que sí conocen el concepto del copyleft, el 29,4% dice ser favorable al “copyleft parcial”, mientras que el 10,3% de los encuestados es favorable al “copyleft total” y el 60,3% dice no saber o no tener una opinión al respecto. A partir de las respuestas de esta encuesta, podemos esbozar el perfil actual del autor literario brasileño (usuario de blog) que conoce el copyleft y determinar cuáles son sus preferencias y opiniones acerca de las posibilidades de publicación y edición de las narrativas, ya sean a través del sistema tradicional del libro o bien a través del blog.

Hemos observado que, al cruzar las variables “Cómo firmar los textos” y “Tipología del copyleft”, el mayor porcentaje de respuestas en el que los autores se muestran favorables al copyleft total corresponde a aquellos que no firman sus textos (27,3%), lo que indicaría una tendencia significativa, aunque también es cierto que un gran porcentaje de los mismos (el 72,7%) no se postula ante la disyuntiva entre copyleft total o parcial. Podemos inferir, por tanto, que los autores que no firman sus trabajos, y que además han elegido la opción del copyleft total, consideran que el trabajo publicado en sus blogs debe ser compartido y completamente abierto, lo que incluiría modificaciones y nuevas creaciones a partir de la obra original. Es lógico que sean precisamente estos autores que no firman los que no tengan tampoco una necesidad imperiosa de reconocimiento y que, por tanto, consideren sus obras susceptibles de modificación, copia, etc.

Sin embargo, los autores que optan por firmar los textos con su nombre, se muestran significativamente más favorables al copyleft parcial (32,2%), con todas las excepciones que eso supone, es decir, citar al autor, no realizar modificación alguna de la obra original o no utilizarla para hacer un uso comercial de ella. En cualquier caso, el desconocimiento generalizado del concepto del copyleft entre los bloggers literarios en el momento en el que

la encuesta fue realizada queda constatado en todos los casos, puesto que el porcentaje más alto entre las respuestas elegidas, independientemente de cómo firmen, es siempre la opción de “no saber” qué tipología de copyleft elegiría para sus textos.

### *1.2.3. Datos relativos al futuro del autor e Internet*

En este último apartado del cuestionario, los autores fueron preguntados sobre su opinión acerca de Internet como espacio de democratización de la cultura y se les preguntó igualmente sobre el futuro de la figura del autor frente a las posibilidades ofrecidas por las nuevas tecnologías de la comunicación. Con un gran margen de diferencia, el 85,57% de los autores literarios encuestados cree que publicar sus narrativas en Internet contribuye a la democratización de la cultura y están satisfechos de poder participar en ese movimiento cultural de cambio. El 10,31% de los participantes creen que esta pequeña acción no cambia nada, mientras que el 4,12% de la muestra dice no saber o no tener una opinión al respecto.

Es bastante representativo el número de personas que creen que al publicar en sus blogs contribuyen a la democratización de la cultura y que, a su vez, conocen el copyleft, con cerca del 45,18% (n = 75), mientras que el 54,82% (n = 91) de los que también consideran que contribuyen a esa democratización dice desconocer lo que es el copyleft.

En el momento presente, la mayoría de los autores literarios encuestados cree que Internet es un espacio colaborativo y que, al publicar en ese espacio, ayudan a la democratización de la cultura. Sin embargo, es significativo que muchos de los que defienden esta postura (más de la mitad, el 54,82%) todavía desconozcan movimientos como el del copyleft. Las respuestas de la tabla VIII también muestran que el 38,14% (n = 74) cree que, en el futuro, Internet obligará a todos a repensar la cuestión de la autoría y que la figura del autor único disminuirá, aumentando las producciones de autoría colaborativa.

En contrapartida, el 23,71% (n = 46) de las respuestas apuntan a un movimiento contrario en el que nada se altera y donde la figura del autor literario continuará siendo la misma. A poca distancia, el 17,53% (n = 34) de la muestra piensa que, en el futuro, la mayoría de los autores será favorable al copyleft y dejará disponible las obras con licencias Creative Commons. El otro 20,62% restante (n = 40) no tiene una opinión formada al respecto.

Analizando estas respuestas de la encuesta, podemos observar algunos fenómenos que resultan pertinentes para los objetivos de esta investigación. Si contrastamos y cruzamos las respuestas de la cuestión n.º 2 (medio de publicación) y las de la pregunta n.º 10 (futuro del autor literario), constataremos que en todas las respuestas los participantes eligen mayoritariamente que las dos formas de publicación les parecen adecuadas, ya sea a través de una editorial o del blog. La respuesta que nos muestra una diferencia más significativa es la opción donde dicen que en el futuro la figura del autor literario no cambiará, donde los autores que prefieren publicar a través de una editorial apuntan una preferencia del 26,09% (n = 12) del total de la muestra, frente al 10,87% (n = 5) de autores que prefieren publicar a través de un blog.

Vemos que los autores que mantienen la preferencia por el tradicional método de publicación también tienen una opinión conservadora respecto al futuro del autor. Al contrastar y cruzar los resultados de la cuestión 7 relativa al “conocimiento del copyleft” y los de la 10 relativa al “futuro del autor literario”, encontramos datos también relevantes.

Vemos que es siempre predominante el porcentaje de respuestas correspondientes a los autores literarios que no conocen el copyleft, con la única excepción de la opción “la mayoría de los autores será favorable al copyleft”, donde predomina la respuesta de los autores que sí conocen el copyleft, con 30,23% (n = 26) frente al 7,41% (n = 8) de los que dicen no conocerlo. También podemos observar que el mayor porcentaje de autores que afirma que en el futuro la figura del autor literario no cambiará (29,63%) corresponde a los que desconocen qué es el copyleft, mientras que ese porcentaje baja significativamente cuando los que han respondido sí saben lo que es el copyleft (16,28%).

Analizando los datos de esta tabla, podríamos decir que el desconocimiento del copyleft es uno de los factores más influyentes en el mantenimiento de las creencias más conservadoras. Aún cuando el porcentaje de autores que no conocen el copyleft y que, a su vez, han elegido la opción de no saber cuál será el futuro del autor literario, sea un número relevante, es decir, de un porcentaje del 26,85 % (n = 29), no podemos afirmar categóricamente que exista un comportamiento específico que se postule como el principal factor de influencia. Sin embargo, es importante señalar aquí que la prueba del chi-cuadrado ( $p < 0,001$ ) demuestra una asociación muy significativa entre dichas variables. En todo caso, el porcentaje de autores que sí conocen el copyleft se ha decantado mayoritariamente (en más de un 70 %) por una de

las dos opciones menos conservadoras, a saber, que la cuestión de la autoría será repensada en el futuro (con un 40,7%) y la opción que contempla que “la mayoría de los autores será favorable al copyleft en el futuro” (un 30,23%).

### *1.3. Consideraciones finales*

De acuerdo con los resultados que presentamos, podemos decir que la primera hipótesis que postulaba que “en general, lo más importante para los autores literarios es publicar sus textos y darlos a conocer independientemente del soporte utilizado” se confirma sólo en parte; pues aunque el 61,9% (n = 120) de los autores literarios ha marcado que las dos formas de publicación les parece adecuadas, la posibilidad de publicar a través del sistema tradicional, es decir, a través de una editorial, todavía les parece más ventajosa y un 21,1% (n = 41) de la muestra prefiere publicar en ese medio en detrimento del blog, que representa sólo el 17% (n = 33) de la muestra.

La preferencia por las editoriales se refleja también indirectamente en otras respuestas del cuestionario, como la gran importancia que se da al “reconocimiento de las editoriales” como una de las principales ventajas apuntadas de publicar a través del sistema tradicional, con un 49% (n = 95) del total de la muestra. También vemos que ocurre lo mismo con la pregunta relativa a la desventaja de publicar a través de las editoriales, donde la opción de respuesta mayoritaria fue el “difícil acceso a las editoriales” con un 48,5% del total (n = 94), seguido por el “alto coste de publicación” con un 33% (n = 64), otra opción que también redundaba en la importancia que los encuestados conceden a la dificultad de publicación a través de editoriales. Aunque la escritura en los blogs ya esté plenamente legitimada en el medio periodístico y muchas investigaciones trabajan sobre esa adopción e integración (Haas, 2005; Tremayne, 2006; Matheson, 2004), el trasvase del medio literario al universo de los blogs es algo que todavía resulta muy germinal. Los autores literarios ven la posibilidad de publicar a través de los blogs como de inferior rango respecto a lo que supone hacerlo a través del sistema tradicional. Para ellos, hace falta el “reconocimiento” de un medio legitimado como es el libro a través del prestigio que aportan las editoriales. La publicación en el sistema del libro tradicional sobre soporte papel es todavía muy importante como instrumento de credibilidad entre la comunidad literaria.

La gran mayoría de los autores que ha contestado a la encuesta firma con su nombre, en concreto, un 76% del total de encuestados (n = 149), lo que



explica también la opción “la copia sin referencia al autor” como principal desventaja a la hora de publicar a través de los blogs con un 31,4% (n = 61). A la luz de esta encuesta, la figura del autor es todavía muy fuerte en el imaginario de la mayoría de los autores literarios encuestados y, aunque se dan experiencias de autores que firman a través de pseudónimos, (n = 29) por ejemplo, son iniciativas aún muy escasas y no representan realmente una tendencia significativa de comportamiento. A partir del número de autores que firman sus textos con su nombre, vemos que, cuando son preguntados respecto al futuro de los autores, se muestran más “abiertos” que las actitudes que ellos mismos manifiestan en la actualidad. El porcentaje de autores que creen que “la cuestión de la autoría será repensada” y aumentarán los trabajos de autoría colaborativa es considerable, con un 38,1% del total de la muestra; pero también es representativa la opción más conservadora, con un 23,7%, es decir, la de aquellos autores que creen que nada cambiará en relación con la autoría en el futuro.

Respecto a la pregunta de investigación: “¿qué tipo de ventajas y desventajas encuentran los autores literarios respecto a sus aspiraciones personales de producción y distribución de sus narrativas escritas en blogs?”, hemos observado que la gran ventaja apuntada mayoritariamente de publicar en los blogs es, en realidad, una ventaja de la propia Red y, claro está, de todos los procesos comunicativos que se desarrollen en ese espacio. La opción de respuesta “el blog alcanza a personas de todo el mundo” es apuntada por el 44,3% de la muestra como principal ventaja, seguido por otras características propias de Internet, a saber, que todo pasa en tiempo “real” o “la rapidez de la publicación”, con un 22,2% de porcentaje en las respuestas. Vemos que la principal ventaja de los blogs apuntada por los autores encuestados se relaciona con lo que Pierre Levy (2004) afirmaba respecto al nuevo nomadismo, que no se encuentra ni en el territorio geográfico ni en nada que sea visible, sino en un espacio virtual y común de conocimiento, puesto que en la Red nos convertimos en “inmigrantes del subjetivismo”.

Vemos que en la encuesta todavía resulta poco significativa la mención al hecho de que publicar a través del blog garantiza la libertad y disminuye la dependencia respecto a las editoriales, con una representatividad de tan sólo el 6,7% (n = 13) de las respuestas de la muestra. Por tanto, a la luz de los datos arrojados, la cuestión que se hace pertinente es la siguiente: ¿estarán los autores literarios deseando realmente esa libertad? El carácter del blog como medio de socialización es mencionado por el 18,6% de la muestra que apunta como ventaja “el sistema de comentarios que permite el feedback” por parte de los autores. De igual forma, el 3,1% de la muestra



apunta como ventaja principal del blog “la interacción con otros autores y el medio literario”.

La figura del autor romántico, idealizado aún en el siglo XIX, sigue viva en el imaginario de los autores literarios brasileños. Aunque con las nuevas tecnologías de la comunicación esa figura se haya puesto en cuestión, la idea romántica del autor como propietario exclusivo de su obra está todavía demasiado arraigada entre los autores encuestados. Si los blogs les sirven para empezar a publicar sus ideas, éstos se convierten en su mayoría en recursos de publicación similares a los de las editoriales que ellos pretenden llegar a alcanzar y con las que pretenden publicar sus libros. Tal como señaló Nishan Shah (2005), es una buena premisa entender los blogs como artefactos culturales puesto que revelan aspectos relevantes de la cultura donde los autores están inmersos. Las elecciones que hacen esos autores literarios dice mucho del país y de la cultura donde viven.

A partir de las respuestas a la encuesta, hemos percibido que, además de la cuestión de la ausencia de referencia a la autoría y del poco retorno financiero, hay otra desventaja apuntada en lo referente a la utilización de la herramienta del blog como medio de difusión literario: la dificultad en conseguir prestigio y reconocimiento con las narrativas publicadas en la web. Las respuestas obtenidas apuntan a que una obra publicada en un blog no alcanza el “estatus” de una obra publicada en un libro impreso. Las opciones señaladas, como el hecho de que “las personas confunden la literatura publicada en los blogs con relatos personales”, la “dificultad para alcanzar visibilidad en la web en medio de muchos blogs” o, finalmente, “la ausencia de prestigio” son algunas de las principales desventajas apuntadas en el uso de un medio de difusión como el blog.

La literatura producida y publicada en los blogs literarios parece que todavía no es suficientemente reconocida y tampoco tiene la legitimidad que ostenta aún un libro publicado a través de las editoriales tradicionales. En general, ése es el mensaje que hemos visto en muchas de las respuestas que tenían como tema las ventajas y desventajas de los dos soportes. Falta por describir cómo evolucionará realmente ese escenario. Por ejemplo, cabe pensar si dentro de algunos años los autores literarios que apuntan al “alto coste de publicación” como la principal desventaja de publicar a través de una editorial, van elegir en el futuro las nuevas tecnologías de la comunicación como soporte alternativo para la publicación y distribución de sus trabajos y si este medio les acabará pareciendo así más ventajoso y satisfactorio.

Podemos decir que el blog surge y es usado como una excelente herramienta de comunicación con características específicas y que, además, agrega valores nuevos al texto, a la escritura y a la relación más cercana del autor con sus potenciales lectores y con otros autores. Pero debemos apuntar también que el fenómeno de la revolución mediática y los individuos que utilizan estas herramientas digitales todavía son recientes, por lo que las posibilidades de estos nuevos medios, como el blog, se encuentran todavía en estado germinal. Creemos que en el futuro se podrán dar nuevos destinos y usos aún no previstos al proceso de edición y distribución de los bienes culturales y en nuestro caso, específicamente, al de las obras literarias.

La web ofrece la posibilidad de que los bienes culturales trasciendan su condición de simple “mercadería” y, a partir de la reinención del modelo capitalista de mediación de dichos bienes culturales, todo apunta a un modelo más libertario, donde la palabra estrella de la red, el “compartir”, va camino de convertirse en una realidad posible, tal como creen autores como Lessig y Benkler y Levy, para citar solamente los autores mencionados en ese artículo. Por el momento, y a partir de los resultados de esta encuesta exploratoria, podemos decir que la realidad brasileña de los blogs literarios no está todavía muy ubicada dentro de este modelo. Podemos decir que los blogs están dando los primeros pasos hacia la democratización de la actividad literaria y, consecuentemente, proporcionan necesariamente una reconfiguración de la industria cultural. Pero esta tendencia sólo ha comenzado a dar sus primeros pasos y de manera todavía muy incipiente.

La segunda hipótesis que habíamos postulado en este estudio era la de que los autores conocían mayoritariamente el copyleft y eran favorables al mismo. La hipótesis no es corroborada por una mínima diferencia: el 55,7% de la muestra no conoce lo que es el copyleft, mientras que el 44,3% de los encuestados lo conoce. Sin embargo, la mayoría de los autores literarios que han contestado a la encuesta no supieron decir qué tipología de copyleft les parecería más adecuada para utilizar en sus obras, con 60,3% de la muestra. Cuando fueron interrogados respecto al futuro de los autores literarios, solamente el 17,5% de la muestra cree que la mayoría de las obras estarán disponibles con licencias copyleft. Sin embargo, una amplia representación, compuesta por el 85,6% de los encuestados, considera que al escribir en un blog y al dejar disponible los contenidos culturales en Internet está participando en la democratización del acceso a la cultura.

A partir de los resultados obtenidos en esta encuesta, podemos concluir que aún queda mucho por hacer en lo referente a la divulgación del propósito

de las licencias copyleft. Si una buena parte interesada en el tema, como son los propios autores literarios brasileños que publican contenidos creativos en la web, no conoce siquiera este tipo de licencias, podemos imaginar que otros segmentos de la sociedad las desconocerán aún más. Probablemente, la principal desventaja apuntada por los encuestados sobre la publicación en los blog, es decir, la “copia sin referencia al autor”, tendría una frecuencia de respuestas mucho menor en el caso de que el índice de conocimiento del copyleft fuese proporcionalmente mayor. Por otro lado, vemos que el 38,1% de los autores que creen en el futuro la cuestión de la autoría será reformulada, es decir, que la figura del autor único no será tan monolítica y que aumentarán las producciones de autoría colaborativa. Este dato muestra también que aunque exista un desconocimiento desproporcionado sobre lo que es el copyleft, es decir, sobre otras formas legales de protección de la obra alternativas al copyright, no existe necesariamente una relación directa entre esta circunstancia y la creencia en la posibilidad de que los autores aumenten sus producciones colaborativas.

Es importante resaltar también la relación directa existente entre la importancia que los encuestados dan a las editoriales y su desconocimiento del copyleft. Si observamos ese dato y la desventaja apuntada por los encuestados para publicar en los blogs, la “copia sin referencia al autor”, consideramos que una de las tendencias que se proyecta en este estudio hacia el futuro es que, una vez que exista un mayor conocimiento ciudadano del sentido y la razón de ser del copyleft, esto podría influir en el cambio de mentalidad sobre la cuestión de la “copia sin referencia al autor”, produciendo así una disminución de la preferencia por las editoriales. Entendamos que la cuestión de la “copia sin referencia al autor” es un problema del que ningún soporte está libre: al igual que sucede con las obras publicadas en formato digital, también las obras protegidas por el formato tradicional de derechos de autor, el copyright, sufren en igual proporción el problema del plagio.

Cooperación, comunicación e intercambio libre. Estos son los fundamentos de la ideología hacker apuntada por Castells (1999) como los pilares esenciales de la cultura Internet. ¿Pero están reflejados estos pilares en las respuestas de esta encuesta? De hecho, vemos que a partir de la muestra de blogs literarios brasileños, el análisis de contenido conduce a pensar que es mayoritario el espacio reservado a comentarios, dirección de correos electrónicos y todas las posibilidades de los medios digitales para que los autores y los lectores se pongan en contacto.

Aunque haya iniciativas en ese sentido, los autores literarios brasileños se muestran aún muy partidarios del formato tradicional de publicación de las obras y también valoran muy positivamente la figura del autor literario que publica en formato tradicional. Tampoco vemos que esos autores se muestren favorables a crear obras abiertas, donde otros autores puedan acrecentar y proponer nuevas partes a una historia de partida. La idea central del copyleft se basa precisamente en una flexibilización de los derechos de propiedad en favor de la libre circulación de las creaciones artísticas. Al retirar esas barreras en la utilización y difusión de las obras, las distintas licencias de copyleft crean las condiciones favorables para que las personas sean libres de participar en la mejora en las aportaciones a una obra, en un proceso continuo de compartir conocimiento y cultura.

Vemos que, aunque la mayoría de los encuestados no conozca el concepto del copyleft, para los autores la idea de que la Red es un “territorio libre” no está muy relacionada con las licencias adoptadas en sus trabajos literarios. Sólo el hecho de poder subir contenidos a la Red, sea con licencia copyleft o sin ninguna mención a los derechos de autor, constituye ya un acto de libertad inédito para ellos, puesto que les permite poder publicar sin necesidad de editoriales, que resultaban imprescindibles en otra época.

A partir de estos resultados proponemos una reflexión final: ¿podríamos considerar Internet como un territorio realmente libre si la distribución de los contenidos está, todavía, bajo licencias que criminalizan el hecho de compartir libremente contenidos culturales? Cuando la semilla de la cultura copyleft esté enraizada en el imaginario de los productores de contenidos (ya sean o no literarios), quizá podamos ver lo que Benkler (2006) vaticinaba hace unos años: una gran red de solidaridad, una nueva manera de relacionarse con la economía, donde se propicie la redistribución del poder de los productores de información y una nueva manera de producir y distribuir el conocimiento.

Se hace necesario, por lo tanto, una mayor difusión y mejor comprensión del copyleft para que la cultura digital y el ciberespacio no continúen asociados por más tiempo a expresiones como “espacio sin ley” o “tierra de nadie”, como comúnmente suele pasar. Así, las actividades intelectuales que utilizan este soporte para difundir sus trabajos tendrán un mayor reconocimiento y legitimación entre la comunidad futura.

## Bibliografía

---

- BENKLER, Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press
- CASTELLS, M. (1999) *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- CASTELLS, M. (2007) *A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura. O poder da identidade*. Volume 2. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- COUPER, M. P. (2000). "Web-based surveys: A review of issues and approaches", en *Public Opinion Quarterly*, 64 (4), pp. 464–494.
- CRUMLISH, C. y MALONE, E. (2009) *Designing Social Interfaces. Principles, Patterns and Practices for Improving the User Experience*. Canada: O'Reilly Media.
- FUENTES, C. (2010) "El conflicto entre propiedad intelectual y derechos fundamentales", en *Revista Telos*, nº 85, octubre-diciembre, pp. 90-96. Recuperado el 20 de enero de 2011 de [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es\\_ES&id=2010110412410001&activo=6.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2010110412410001&activo=6.do)
- IGUARTUA, J.J. (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- LEVY, P. (1993) *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- ORIHUELA, J. (2006) *La revolución de los blogs. Cuando las bitácoras se convirtieron en el medio de comunicación de la gente*. Madrid: La esfera de los libros.
- SCOTT, B. (2001) "Copyright in a Frictionless World: Toward a Rhetoric of Responsibility", en *First Monday Online*, Volume 6, Número 9. (3 septiembre 2001) Recuperado el 22 de noviembre de 2011 de: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/rt/prINTERfriendly/887/796>

## Anexos

---

**Tabla I - Frecuencia relativa a la elección de cómo firmar los textos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No firmo	11	5,67%
Firmo con mi nombre	149	76,80%
Firmo con mis iniciales	5	2,58%
He creado un pseudónimo	29	14,95%
Total	194	100%

**Tabla II- Frecuencia relativa a la elección del medio de publicación**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
A través de una editorial	41	21,13%
A través de un blog	33	17,01%
Las dos formas me parecen adecuadas	120	61,86%
Total	194	100%

**Tabla III- Frecuencia relativa a la ventaja de publicar en *blog***

Variable	Frecuencia	Porcentaje
El <i>blog</i> alcanza personas de todo el mundo	86	44,33%
La rapidez de la publicación	43	22,16%
El sistema de comentarios permite el <i>feedback</i>	36	18,56%
Otra opción	29	14,95%
Total	194	100%

**Tabla IV - Frecuencia relativa a la desventaja de publicar en *blog***

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Las personas confunden literatura con relatos personales	38	19,59
Poco retorno financiero	52	26,80%
Copia sin referencia al autor	61	31,44%
Otra opción	43	22,16%
Total	194	100%

**Tabla V- Frecuencia relativa a la ventaja de publicar en una editorial**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Reconocimiento de las editoriales	95	49
El libro en soporte papel se puede llevar a todos los lados	39	20,1
Retorno financiero	21	10,8
Otra opción	39	20,1
Total	194	100%

**Tabla VI- Frecuencia relativa a la desventaja de publicar en una editorial**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Difícil acceso a las editoriales	94	48,45%
Alto coste para publicación	64	32,99%
Número de personas que tiene acceso a los textos es limitado	24	12,37%
Otra opción	12	6,19%
Total	194	100%



**Tabla VII - Frecuencia respecto al conocimiento del *copyleft***

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	86	44,33%
No	108	55,67%
Total	194	100%

**Tabla VIII - Frecuencia relativa a la opinión respecto a futuro del autor literario**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada va a cambiar	46	23,71%
La cuestión de la autoría será repensada	74	38,14%
La mayoría de los autores será favorables al <i>copyleft</i>	34	17,53%
No sabe	40	20,62%
Total	194	100%

## Biografía

---

**Ana Carolina Sampaio Coelho**  
**Universidad de Fortaleza (Brasil)**  
[anacarolinascoelho@gmail.com](mailto:anacarolinascoelho@gmail.com)

Doctora en Comunicación Audiovisual en la Universidad de Salamanca.  
Licenciada en Comunicación Social en la Universidade de Fortaleza  
y Maestría en Teoría de la Literatura en la Universidad Federal de  
Pernambuco (Brasil).