

Título de la ponencia:

“Revistas de contenido abierto: *creative commons*”

Datos de los firmantes:

Francisco Baena - Universidad de Sevilla - frbaena@us.es - 699 621 365

Palabras clave (máximo 6): Copyleft; Open Access; creative commons; Derecho de autor; Comunicación; Revistas científicas

Resumen (máximo 300 palabras):

En la última década el movimiento *copyleft* ha traspasado las fronteras del software informático hasta el punto de que se ha aplicado también a la distribución de la literatura científica, un modelo que históricamente ha estado bajo el monopolio de las grandes editoriales y que ahora se muestra insostenible económicamente. La penetración del *copyleft* en el conocimiento científico ha transformado –y sigue transformando– el mundo de las revistas académicas y lo ha hecho fundamentalmente a partir de dos fenómenos complementarios: el *open access*, que es la iniciativa que ha cobrado mayor relevancia, y las licencias *creative commons*. Una buena muestra de esta transformación es el Directory of Open Access Journals (DOAJ), que permite trazar la progresiva incorporación de las revistas científicas al acceso abierto y a esta nueva concepción de los derechos de autor, por ejemplo, en España o en el ámbito de las Ciencias Sociales. Una de esas publicaciones integradas en el DOAJ, de acceso abierto y con licencia *creative commons*, es *IC: Revista de Información y Comunicación*, editada por el departamento de Periodismo 1 de la Universidad de Sevilla.

Currículum vitae (10-20 líneas):

Licenciado y doctor en Periodismo, Francisco Baena (Huelva, 1982) es profesor de Historia del Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, donde está adscrito al departamento de Periodismo 1 desde el año 2005. Especializado en historia del periodismo, ha publicado diferentes estudios sobre el origen del sensacionalismo, sobre la evolución del oficio de periodista, sobre la propaganda obrera en Andalucía, sobre la prensa

local de Huelva, Cádiz y Sevilla, y sobre metodología de la comunicación social.

Actualmente, es secretario de redacción de la revista científica *IC* y pertenece al grupo de investigación “Comunicación y Cultura”. Siempre desde una perspectiva histórica, su principal línea de investigación gira en torno a los orígenes y la evolución posterior de la prensa popular en Andalucía. Asimismo, dirige la revista de información universitaria *NexUS*, editada por el Consejo Social de la Universidad de Sevilla, y es miembro del proyecto de investigación I+D “Biblioteca Digital Siglo de Oro”, basado en la catalogación, digitalización y difusión vía Internet de prensa antigua. Desde mayo de 2010 ocupa el cargo de vicedecano de Estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Mesa temática: Mesa # 02 - Panóptico de revistas

“Revistas de contenido abierto: *creative commons*”

Francisco Baena¹
Universidad de Sevilla

Resumen

En la última década el movimiento *copyleft* ha traspasado las fronteras del software informático hasta el punto de que se ha aplicado también a la distribución de la literatura científica, un modelo que históricamente ha estado bajo el monopolio de las grandes editoriales y que ahora se muestra insostenible económicamente. La penetración del *copyleft* en el conocimiento científico ha transformado –y sigue transformando– el mundo de las revistas académicas y lo ha hecho fundamentalmente a partir de dos fenómenos complementarios: el *open access*, que es la iniciativa que ha cobrado mayor relevancia, y las licencias *creative commons*. Una buena muestra de esta transformación es el Directory of Open Access Journals (DOAJ), que permite trazar la progresiva incorporación de las revistas científicas al acceso abierto y a esta nueva concepción de los derechos de autor, por ejemplo, en España o en el ámbito de las Ciencias Sociales. Una de esas publicaciones integradas en el DOAJ, de acceso abierto y con licencia *creative commons*, es *IC: Revista de Información y Comunicación*, editada por el departamento de Periodismo 1 de la Universidad de Sevilla.

Palabras clave

Copyleft; Open Access; Creative Commons; Derecho de autor; Comunicación; Revistas científicas

Sumario

1. El movimiento *copyleft*: del software informático a la literatura científica
2. *Open access*: una alternativa real frente al monopolio de las grandes editoriales
3. Las licencias *creative commons*: la vertiente jurídica del *copyleft*
4. La revista *IC*: una apuesta por *open access* y *creative commons*

¹ Francisco Baena es el secretario de redacción de *IC: Revista Científica de Información y Comunicación*, publicación editada por el departamento de Periodismo 1 de la Universidad de Sevilla.

1. El movimiento *copyleft*: del software informático a la literatura científica

Una letra C invertida. Ese es el icono, sin reconocimiento legal, que suele asociarse al *copyleft*. Se trata de la antítesis visual del archiconocido icono del copyright y simboliza, en una sola imagen, el espíritu de esta nueva concepción del derecho de autor. El *copyleft* consiste en permitir la libre distribución de copias y versiones modificadas de una obra u otro tipo de trabajo, pero exigiendo simultáneamente que esos mismos derechos de autor sean preservados en las versiones modificadas. Es decir, le ofrece al autor la posibilidad de liberar una obra protegida, escogiendo una licencia libre que permita su utilización, copia, modificación y redistribución, al mismo tiempo que garantiza que las copias u obras derivadas gocen de estas mismas libertades mediante una licencia similar o compatible. En consecuencia, el *copyleft* no sólo permite reutilizar o reproducir una obra dentro de unos límites, sino que también reconoce los derechos morales de paternidad e integridad del autor original. Sin embargo, en ningún caso pretende abolir el derecho de autor ni que los autores renuncien a sus propios derechos.

El movimiento *copyleft* hunde sus raíces en el desarrollo, por entonces incipiente, que la industria informática experimentó en la década de los años setenta del siglo XX. El primer uso documentado del término *copyleft* data de 1976, cuando en el código fuente del programa Tiny Basic, una versión de Basic distribuida libremente y escrita por Li-Chen Wang, se incluía la frase “copyleft - todos los errores reservados”, una contraposición irónica a la habitual frase “copyright - todos los derechos reservados”.

Sin embargo, no es Li-Chen Wang sino el programador informático Richard Stallman a quien se considera el padre de este movimiento. Conocido fundamentalmente por haber establecido un marco de referencia moral, político y legal para el movimiento del software libre en los años ochenta, Stallman fue el primero en concebir el *copyleft* como un método alternativo al software no libre o privativo. En ese sentido desarrolló el proyecto GNU y creó, dentro del marco legal existente, su propia licencia de derechos de autor, la Licencia Pública General (GPL), que permitía licenciar software de tal forma que su uso,

distribución y modificación permaneciesen siempre libres y quedasen en la comunidad. Según el proyecto GNU:

La forma más simple de hacer que un programa sea libre es ponerlo en el dominio público, sin derechos reservados. Esto le permite compartir el programa y sus mejoras a la gente, si así lo desean. Pero le permite a gente no cooperativa convertir el programa en software privativo. Ellos pueden hacer cambios, muchos o pocos, y distribuir el resultado como un producto privativo. Las personas que reciben el programa con esas modificaciones no tienen la libertad que el autor original les dio; el intermediario se las ha quitado. En el proyecto GNU, nuestro objetivo es el dar a todo usuario la libertad de redistribuir y cambiar software GNU. Si los intermediarios pudieran quitar esa libertad, nosotros tendríamos muchos usuarios, pero esos usuarios no tendrían libertad. Así en vez de poner software GNU en el dominio público, nosotros lo protegemos con Copyleft. Copyleft dice que cualquiera que redistribuye el software, con o sin cambios, debe dar la libertad de copiarlo y modificarlo más. Copyleft garantiza que cada usuario tiene libertad².

Hoy en día, el concepto *copyleft* ha traspasado las fronteras del software informático y se aplica a una amplia variedad de campos como el arte y la música, con experiencias tan significativas como la Licencia Arte Libre (LAL)³ o los sellos discográficos *open-source*. En el ámbito de la producción y de la distribución del conocimiento científico, por ejemplo, el movimiento *copyleft* se ha desarrollado a partir de las versiones más moderadas del *open access* y de las licencias *creative commons*, tal y como veremos a continuación.

2. Open Access: una alternativa real frente al monopolio de las grandes editoriales

Según Marandola (2005), el movimiento *open access* –restringido al ámbito científico y académico– es el que ha cobrado mayor importancia dentro del fenómeno global del *copyleft*. En su caso, no se trata de socavar ni de cuestionar el derecho de autor, sino de poner a disposición de todo el mundo,

² Extraído y traducido de GNU: *The GNU Project* (<http://www.gnu.org/gnu/thegnuproject.html>).

³ La Licencia Arte Libre (LAL) es una licencia *copyleft*, sometida al derecho francés, que permite copiar, distribuir y modificar libremente la obra artística o literaria que protege, respetando los derechos morales de su autor.

en Internet, un tipo específico de contenido: los artículos publicados en revistas científicas que realizan revisión externa por parte de expertos.

Según Peter Suber, en su artículo titulado “Open Access Overview”, lo que diferencia la literatura científica de la música o del cine y, por tanto, lo que la exime de polémica, es que, en la mayoría de los campos del conocimiento, las revistas no pagan a los autores, quienes pueden autorizar el acceso abierto a sus artículos sin que ello repercuta en sus ingresos⁴. Se trata de la misma idea que sostiene Steve Harnard, para quien los artículos publicados en revistas científicas son “donaciones” del autor, obras escritas únicamente con el objetivo de darse a conocer y de obtener la mayor difusión, utilización y repercusión posibles, y no para obtener ingresos ni porcentajes sobre las ventas. Según Harnard, el *copyleft* o las licencias *creative commons* no son necesarias en el ámbito de la literatura científica, y afirmar que sí lo son es erróneo y retrasa el progreso del *open access*. Para “donar” sus obras, los autores sólo tienen que facilitar el acceso gratuito a sus artículos en Internet publicándolos en revistas de acceso abierto o depositándolos en archivos abiertos⁵.

De acuerdo con la definición de la Budapest Open Access Initiative (BOAI), de diciembre de 2001, por “acceso abierto” a la literatura científica se entiende que los usuarios pueden leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o enlazar los textos completos de los artículos científicos, permitiendo su indexación o la transmisión de sus datos, sin otras barreras financieras, legales o técnicas más que las que suponga Internet en sí misma, es decir, sin coste alguno. Sin embargo, el *open access*, o acceso abierto a la reproducción y distribución de artículos científicos, se encuentra con una limitación, que salvaguarda el papel del copyright en este ámbito, y que otorga a los autores el control sobre la integridad de su trabajo y el derecho a ser adecuadamente reconocidos y citados⁶.

⁴ Artículo disponible en <http://www.earlham.edu/~peters/fos/overview.htm>.

⁵ Citado en M. Marandola (2005). *¿Un nuevo derecho de autor? Introducción al copyleft, acceso abierto y creative commons*. Madrid: Derecho de Autor (p. 37).

⁶ Texto íntegro de la BOAI en <http://www.soros.org/openaccess/read.shtml>.

Otra definición más exhaustiva del acceso abierto a la literatura científica la encontramos en la Declaración de Berlín, de octubre de 2003. Según este manifiesto, titulado “Acceso Abierto al Conocimiento en Ciencias y Humanidades”, sólo si se dan dos condiciones indispensables y complementarias puede hablarse de publicaciones *open access*:

- Primera condición. El autor y depositario de la propiedad intelectual de tales contribuciones debe garantizar, a todos los usuarios por igual, el derecho gratuito, irrevocable y mundial de acceder a un trabajo erudito, lo mismo que licencia para copiarlo, usarlo, distribuirlo, transmitirlo y exhibirlo públicamente, y para hacer y distribuir trabajos derivados, en cualquier medio digital para cualquier propósito responsable, todo sujeto al reconocimiento apropiado de autoría, lo mismo que el derecho de efectuar copias impresas en pequeño número para su uso personal.
- Segunda condición. Una versión completa del trabajo y de todos sus materiales complementarios, que incluya una copia del permiso del que se habla arriba, en un conveniente formato electrónico estándar, debe depositarse (y así es publicado) en por lo menos un repositorio online, que utilice estándares técnicos aceptables, y que sea apoyado y mantenido por una institución académica, una sociedad erudita, una agencia gubernamental o una organización que busque implementar el acceso abierto, la distribución irrestricta, la interoperabilidad y la capacidad archivística a largo plazo⁷.

El movimiento *open access* ha surgido no sólo como una reacción ideológica sino también como una alternativa real y factible frente al monopolio que las grandes editoriales han ejercido tradicionalmente sobre la distribución de la literatura científica. Precisamente como consecuencia de este monopolio, las suscripciones a las revistas científicas se han ido encareciendo en los últimos años, hasta el punto de que muchas instituciones científicas y

⁷ Declaraciones internacionales sobre *open access* en <http://www.plos.org/oa/index.php>.

universitarias no han podido seguir pagándolas⁸. Y ahí es donde emerge la contradicción: los científicos que pertenecen a estas instituciones, en la mayoría de los casos financiadas con fondos públicos, no pueden acceder a sus propios trabajos, siendo ellos precisamente los que producen y ofrecen gratuitamente la materia prima de la que se nutren las revistas.

Una explicación profunda y bien documentada de esta paradoja en torno a la distribución monopolística de la literatura científica la encontramos en el artículo de Antonio Lafuente, publicado en 2004 con el título “Bien común y Open Access”⁹. Según Lafuente, el valor medio de la suscripción a una revista ronda los 1.500 euros. Actualmente se publican unas 24.000 revistas que sacan a la luz unos dos millones y medio de artículos al año. En definitiva, hablamos de un negocio de unos 10.000 millones de euros al año, con un margen de beneficio cercano al 30 por ciento. Ante esta situación, hasta las organizaciones ricas como el caso de la Universidad de California, que paga en suscripciones 30 millones de euros, tiene problemas para seguir afrontando estos costes.

Además de cruzar cifras y estadísticas, Lafuente reflexiona al final de su artículo sobre la dimensión ética del problema en que se ha convertido la distribución de la literatura científica: “negar el acceso a la información científica a los ciudadanos, ya sea por su condición de supuestos iletrados, ya sea porque su familia, institución o país no dispone de recursos suficientes, es una opción por completo inaceptable que retrasa el avance de la ciencia y cuestiona los fundamentos mismos de la democracia”.

En ese mismo sentido se expresa la Declaración de Messina, un documento de adhesión a la Declaración de Budapest que, en noviembre de 2004, firmaron varios rectores de las universidades italianas. El documento, que manifiesta sin tapujos su defensa del acceso abierto a la literatura

⁸ Según Peter Suber, en su artículo “Open Access Overview”, el precio de las revistas científicas ha aumentado cuatro veces más rápido que la inflación desde mediados de los años ochenta.

⁹ Artículo disponible en *Digital.CSIC*, el repositorio institucional del Consejo Superior de Investigaciones Científicas: <http://hdl.handle.net/10261/2948>.

científica, también incide en la insostenibilidad económica del modelo hasta entonces vigente.

Las universidades financian los proyectos de investigación, pagan a los académicos que los llevan a cabo y, finalmente, a través de las bibliotecas, compran las publicaciones científicas a precios cada vez más altos [...] Cada año se publican aproximadamente dos millones de artículos en veinte mil revistas, los cuales permanecen “prisioneros” de estas publicaciones científicas de pago¹⁰.

En este contexto nace el movimiento *open access*, un movimiento que cuenta con el apoyo, el compromiso y la participación de importantes personalidades y organizaciones del ámbito científico y universitario. De todas las iniciativas *open access* la que más nos interesa es el Directory of Open Access Journals (DOAJ), fundado por el Open Society Institute de Budapest. Constituye, de hecho, el directorio más amplio de revistas de acceso abierto que existe actualmente en Internet. El DOAJ reside en las bibliotecas de la Universidad de Lund y está financiado por la coalición europea SPARC (The Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition)¹¹. Su principal objetivo es contribuir a mejorar la visibilidad, el acceso y el impacto de la literatura científica. Esta iniciativa se define a sí misma como un modelo en el que el acceso a la producción científica de las revistas integradas en el Directorio es gratuito tanto para los usuarios como para sus organizaciones.

Aquellas publicaciones científicas que desean integrarse en el DOAJ, y reforzar así su condición de revista *open access*, deben cumplir una serie de criterios o requisitos básicos en relación con su cobertura, su acceso, su calidad o su periodicidad. Por ejemplo, el directorio está abierto a revistas científicas de cualquier disciplina académica, que publiquen trabajos de investigación o artículos con una periodicidad regular, accesibles a texto completo y de forma gratuita, cuyo público objetivo sea mayoritariamente el

¹⁰ Citado en M. Marandola (2005). *¿Un nuevo derecho de autor? Introducción al copyleft, acceso abierto y creative commons*. Madrid: Derecho de Autor (p. 61).

¹¹ SPARC Europa y DOAJ han llegado a un acuerdo sobre la introducción de un sistema de certificación para las revistas de acceso abierto. Para recibir este “sello”, la revista tiene que elegir la licencia CC-BY de *creative commons* y proporcionar a DOAJ los artículos en texto completo, así como los metadatos (título, autor, resumen, palabras clave, etc.). Actualmente, existen en el DOAJ 753 revistas *open access* que han recibido el sello SPARC Europa. Puede consultarse en <http://www.doaj.org/doaj?func=sealedJournals&uiLanguage=en>.

sector de los investigadores y que cuenten con un control de calidad a través de un editor, un comité editorial o una revisión por pares.

Según los datos facilitados en la web del DOAJ, la producción científica en España ocupa una posición de referencia y de liderazgo dentro del movimiento *open access*, puesto que es el cuarto país en la clasificación del Directorio en número de revistas, con 382, sólo por detrás de Estados Unidos (1.259), Brasil (606) y Reino Unido (520), pero por delante de países con una larga tradición académica como Alemania (223), Italia (177) o Francia (132). En el ámbito iberoamericano, además de Brasil y España, mencionados anteriormente, aparecen otros países como Colombia (133), Chile (123), México (95), Argentina (94), Venezuela (81) y Portugal (53), los más importantes por este orden¹².

Por otra parte, en el campo científico de las Ciencias Sociales, el DOAJ está integrado actualmente por 1.383 revistas de acceso abierto repartidas por todo el mundo, lo que supone el 20 por ciento del total y lo convierte en el campo más numeroso, aunque también es el más heterogéneo. Otros campos importantes, por el número total de revistas registradas en el DOAJ, son Tecnología e Ingeniería (739), Ciencias Médicas y de la Salud (737) o Biología y Ciencias de la Vida (637). Dentro del campo científico de Ciencias Sociales, la disciplina Medios y Comunicación está integrada por 96 revistas, lo que sólo representa el 7 por ciento del total. De hecho, es la quinta disciplina con menos revistas *open access*, sólo por delante de Antropología, Ciencias del Deporte, Estudios de género y Etnología, y a mucha distancia del primero, Educación (461). No obstante, hay que tener en cuenta que el desarrollo de los estudios científicos en torno a la comunicación no se inicia hasta bien entrado el siglo XX.

- Educación: 461 revistas.
- Otras Ciencias Sociales: 266 revistas.
- Psicología: 151 revistas.
- Biblioteconomía y Documentación: 116 revistas.

¹² Todos los datos citados de la web del DOAJ han sido actualizados a fecha de 19 de julio de 2011.

- Sociología: 116 revistas.
- Medios y Comunicación: 96 revistas.
- Antropología: 74 revistas.
- Ciencias del Deporte: 47 revistas.
- Estudios de Género: 32 revistas.
- Etnología: 24 revistas.

Más específicamente, dentro del área de conocimiento Medios y Comunicación del DOAJ, 11 de las 96 revistas *open access* registradas se publican en España y son las siguientes: *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura* (Universitat Autònoma de Barcelona); *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* (Universidad Complutense de Madrid); *Comunicación y Hombre* (Universidad Francisco de Vitoria); *Comunicar* (Grupo Comunicar); *Fonseca: Journal of Communication* (Universidad de Salamanca); *IC: Revista Científica de Información y Comunicación* (Universidad de Sevilla); *Mediaciones Sociales* (Universidad Complutense de Madrid); *Revista Latina de Comunicación Social* (Universidad de La Laguna, Tenerife); *Revista Mediterránea de Comunicación* (Universidad de Alicante); *Tripodos* (Universitat Ramon Llull); *UOC Papers: Revista sobre la Societat del Coneixement* (Universitat Oberta de Catalunya). En el ámbito iberoamericano, las revistas *open access* de comunicación quedan así: Brasil (18); Portugal (3); Argentina (1); Chile (1); Colombia (1); México (1); y Venezuela (1).

La consolidación del DOAJ indica que el movimiento *open access* no es una tendencia o una moda pasajera y que, a medio plazo, será muy difícil justificar la paradoja que describíamos más arriba, esto es, el hecho de que el conocimiento, pagado, producido y validado con recursos públicos, sea monopolio de las grandes editoriales, las cuales no sólo niegan el acceso a los ciudadanos, sino a los mismos científicos.

Y por si esto fuera poco, además de las 6.740 revistas on-line registradas en el DOAJ actualmente, otras muchas instituciones de muy diferente carácter suministran herramientas *open source* (también llamadas *free software*) para allanar la tarea del tránsito hacia el acceso y el conocimiento abiertos. La lista es larga: SciDevNet, HighWire, Citebase,

BioMed Central, Hinari, OAster, eScholarship Repository, Eprints software, Project Sherpa, OpenCourseWare, CDSWare, o *creative commons*, herramienta en la que nos centraremos a continuación.

3. Las licencias *creative commons*: la vertiente jurídica del *copyleft*

Creative commons, una organización no gubernamental norteamericana sin ánimo de lucro, nació hace una década, en 2001, con la intención de contribuir a la reducción de las barreras legales de la creatividad, por medio de una nueva legislación y de las nuevas tecnologías. En concreto, su principal aportación ha sido la creación de una infraestructura técnica y legal que permite compartir el conocimiento, el arte o la información entre individuos, organizaciones y gobiernos de una manera eficaz. Actualmente hay disponibles en Internet más de 400 millones de obras con alguna de las licencias *creative commons*. Su filosofía se basa en la idea de que algunas personas pueden no querer ejercer todos los derechos de propiedad intelectual que les permite la ley.

Creemos que hay una demanda no satisfecha de un modo seguro que permita decir al mundo la frase “Algunos derechos reservados” o incluso “Sin derechos reservados”. Mucha gente se ha dado cuenta a lo largo del tiempo de que el derecho de copia absoluto no le ayuda a la hora de conseguir la exposición o distribución amplia que desea. Muchos empresarios y artistas han concluido que prefieren confiar en modelos innovadores de negocio más que en los derechos de copia con pleno derecho para asegurarse un beneficio en su inversión creativa. Para otros, es una satisfacción contribuir y participar en un proyecto intelectual común. Por la razón que sea, es obvio que muchos habitantes de Internet quieren compartir su trabajo y poder reutilizar, modificar y distribuir su trabajo con otros en términos generosos. *Creative commons* trata de ayudar a la gente a expresar esta preferencia por compartir ofreciendo a todo el mundo un conjunto de licencias en la web, sin coste alguno¹³.

Algunos autores consideran que *creative commons* puede ser una solución útil mientras siga vigente el sistema del copyright, pero en ningún caso lo cuestiona o lo pone en entredicho de forma sustancial. Es el caso de Joost

¹³ “¿Qué es *creative commons*?” en Preguntas más frecuentes (PMF): <http://es.creativecommons.org/pmf>.

Smiers y Marieke van Schijndel, quienes, en su obra *Imagine... No copyright*, defienden la “radical” propuesta de suprimir el copyright, de ahí que dediquen algunas objeciones a los *creative commons*: “El nombre *creative commons* (bienes comunes creativos, en español) está fuera de lugar, porque el sistema no crea unos bienes comunes de ningún modo”. Además, “sólo implican a aquellos artistas que estén dispuestos a adherirse a su filosofía”, pero los grandes conglomerados culturales no están obligados a someterse y eso reduce y limita el alcance de los *creative commons*¹⁴.

Independientemente de sus puntos fuertes y débiles, *creative commons* es también el nombre que la organización ha dado a su proyecto más conocido, el de las licencias, que no se hizo público hasta finales de 2002. De hecho, su intención inicial fue la de facilitar unos textos legales para que los autores pudieran ceder algunos derechos sobre sus obras y se pudieran reservar otros. Según su responsable en España en 2005, Ignasi Labastida i Juan, “*creative commons* no está en contra de los derechos de autor, sino todo lo contrario, de hecho su objetivo es promover la cultura ayudando a los creadores a ejercer sus derechos”, es decir, “lo que se pretende es que el acceso a las creaciones sea más sencillo y que el autor pueda ceder a priori unos derechos que por ley son suyos. Los límites de utilización de las obras los debe marcar el autor”¹⁵. Asimismo, el uso de las licencias es completamente gratuito y no hace falta registrar la obra en ningún repositorio específico.

La institución afiliada a *creative commons* en España es la Universidad de Barcelona (UB). De hecho, el proyecto cobró vida en febrero de 2003, cuando la UB decidió buscar un sistema para publicar material docente, siguiendo el ejemplo del Massachusetts Institute of Technology, y se decantó por el sistema de licencias de *creative commons*, llegando a un acuerdo de trabajo por el cual lideraría el proyecto de adaptación de las licencias al Estado. Desde entonces, se han adaptado las licencias de *creative commons* a la legislación sobre propiedad intelectual del Estado español y se han puesto a disposición de todos en castellano y catalán.

¹⁴ J. Smiers, J. y M. van Schijndel (2008). *Imagine... No copyright*. Barcelona: Gedisa (p. 116-117).

¹⁵ Ignasi Labastida i Juan: “Nota al artículo ‘El sistema de las creative commons’”. *El profesional de la información*, v. 14, nº 5, septiembre-octubre 2005, pp. 361-365.

Las licencias *creative commons* están inspiradas en la licencia GPL, creada por Richard Stallman dentro del proyecto GNU y del movimiento *copyleft*. Sin embargo, no son un tipo de licencia de software libre. Su idea principal es posibilitar un modelo legal que facilite la distribución y el uso de contenidos, no de soportes, y por tanto una obra en papel, pdf o html puede utilizar la misma licencia. De hecho, *creative commons* aspira a proporcionar algunas herramientas para solucionar los problemas relacionados con el copyright: un conjunto de licencias públicas gratuitas lo suficientemente robustas para resistir el escrutinio de un tribunal, lo suficientemente sencillas para que puedan ser usadas por personas no especialistas en asuntos legales, así como suficientemente sofisticadas para ser identificadas por varias aplicaciones de la Web¹⁶.

Según Labastida i Juan (2005), la primera característica de las licencias es su triple lectura: el resumen (*commons deed*), el texto legal (*legalcode*) y el código (*digital-code*). El resumen consiste en una explicación breve y concisa de qué y cómo se puede hacer con la obra sujeta a la licencia; el texto legal es la licencia propiamente dicha; y, finalmente, el código sirve para incrustarlo en cualquier página web donde se ofrezca la obra, siempre que esté en red. Asimismo, las licencias son de ámbito mundial, sin derecho de remuneración, no exclusivas e indefinidas.

Creative commons está desempeñando un papel fundamental en el movimiento *open access*, al aumentar exponencialmente la accesibilidad y la disponibilidad de la investigación en revistas científicas con soporte electrónico. Hoy en día, el 10 por ciento de toda la producción mundial de revistas científicas se hace bajo licencia *creative commons*¹⁷.

En el ámbito de la literatura científica, que, al fin y al cabo, es el que nos interesa en esta ponencia, las licencias *creative commons* no implican desproveer a los artículos publicados en las revistas de los derechos de autor o

¹⁶ “¿Qué problemas pretende resolver creative commons?” en Preguntas más frecuentes (PMF): <http://es.creativecommons.org/pmf>.

¹⁷ El proyecto *Science Commons*, que se dio a conocer a principios de 2005, es una parte fundamental pero diferenciada de *creative commons*. Más información en <http://es.creativecommons.org/proyecto/ciencia.php>.

del copyright, sino adaptar –flexibilizar– el derecho que los autores tienen por defecto sobre los textos que producen dependiendo del lugar donde deseen difundirlo o del uso que le quieran dar. Es decir, que estas licencias le proporcionan al autor la posibilidad de elegir cuánto de su derecho o protección jurídica (artículo 104 del Código Penal) están dispuestos a ceder o “compartir” si difunden su producción científica en la red. Además, establecen unas condiciones de uso para aquel (un internauta cualquiera) que quiera enlazar los artículos o hacer uso de ellos, pues se le está informando sobre los límites a los que debe atenerse para no vulnerar la protección jurídica de la obra. En definitiva, la creación de este tipo de licencias no es más que un intento de poner orden al uso, distribución y disfrute de todo el material que hay en la red para llegar a hacer posible esa premisa bajo la cual se nos vendió Internet como un medio para democratizar el acceso y disfrute a la cultura.

Por todo lo dicho anteriormente, cuando el editor de una revista o el autor de un artículo deciden proteger sus obras con alguna de estas seis licencias estándar lo que están decidiendo es en qué condiciones quieren dar a conocer y “compartir” sus obras en la red, o lo que es lo mismo, con qué restricciones desean permitir la copia, la distribución y la comunicación pública de sus obras. Por tanto, este tipo de licencias ofrecen algunos derechos a terceras personas bajo ciertas condiciones.

- **Reconocimiento (Attribution).** En cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia hará falta reconocer la autoría.
- **No Comercial (Non commercial).** La explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.
- **Sin obras derivadas (No Derivate Works).** La autorización para explotar la obra no incluye la transformación para crear una obra derivada.
- **Compartir Igual (Share alike).** La explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.

Con estas cuatro condiciones combinadas se pueden generar las seis

licencias que se pueden escoger dentro de *creative commons*:

- **Reconocimiento (by).** Se permite cualquier explotación de la obra, incluyendo una finalidad comercial, así como la creación de obras derivadas, la distribución de las cuales también está permitida sin ninguna restricción.
 - Se es libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra; hacer obras derivadas; hacer un uso comercial.
 - Bajo las condiciones siguientes: reconocimiento y cita del autor original; al reutilizar o distribuir la obra hay que dejar bien claros los términos de la licencia.
- **Reconocimiento - NoComercial (by-nc).** Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial. Tampoco se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales.
 - Se es libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra; hacer obras derivadas.
 - Bajo las condiciones siguientes: reconocimiento y cita del autor original; no se puede utilizar la obra para fines comerciales.
- **Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa).** No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.
 - Se es libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra; hacer obras derivadas.
 - Bajo las condiciones siguientes: reconocimiento y cita del autor original; no se puede utilizar la obra para fines comerciales; compartir bajo la misma licencia.
- **Reconocimiento - NoComercial - SinObrasDerivadas (by-nc-nd).** No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.

- Se es libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.
 - Bajo las condiciones siguientes: reconocimiento y cita del autor original; no se puede utilizar la obra para fines comerciales; sin obras derivadas; no se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de la original.
- **Reconocimiento - CompartirIgual (by-sa).** Se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.
 - Se es libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra; hacer obras derivadas; hacer un uso comercial.
 - Bajo las condiciones siguientes: reconocimiento y cita del autor original; compartir bajo la misma licencia; si se altera o transforma la obra, o se genera otra obra derivada, ésta sólo puede distribuirse bajo una licencia idéntica.
 - **Reconocimiento - SinObraDerivada (by-nd).** Se permite el uso comercial de la obra pero no la generación de obras derivadas.
 - Se es libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra; hacer un uso comercial.
 - Bajo las condiciones siguientes: reconocimiento y cita del autor original; sin obras derivadas; no se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de la original.

Dentro del área Medios y Comunicación del DOAJ, sólo aparecen registradas 17 de las 96 revistas *open access* con algún tipo de licencia *creative commons*, entre las que sobresale el Reconocimiento (by) con 7 y el Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada (by-nc-nd) con 6. Asimismo, según el DOAJ, sólo cuatro revistas españolas de comunicación han adoptado alguna de las licencias *creative commons*. Son las siguientes: *Fonseca: Journal*

of Communication, IC: Revista Científica de Información y Comunicación, Revista Mediterránea de Comunicación y UOC Papers: Revista sobre la Societat del Coneixement.

- Reconocimiento (by): 7 revistas (1 revista de España: *Revista Mediterránea de Comunicación*, con el sello SPARC Europa; 1 revista de Brasil: *Galáxia*).
- Reconocimiento - NoComercial (by-nc): 1 revista.
- Reconocimiento - NoComercial - Compartirlgual (by-nc-sa): 2 revistas.
- Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada (by-nc-nd): 6 revistas.
- Reconocimiento - Compartirlgual (by-sa): 1 revista.
- Reconocimiento - SinObraDerivada (by-nd): ninguna.

4. La revista *IC*, una apuesta por *Open Access* y *creative commons*

IC, Revista Científica de Información y Comunicación es una publicación electrónica y en papel que aborda temáticas derivadas de la información, la comunicación y la cultura desde aproximaciones inter y transdisciplinares, heterogéneas, heterodoxas y fundamentalmente críticas, ya que tanto su consejo editorial como su equipo de redacción están activamente comprometidos con el cambio social, la emancipación de la ciudadanía, la protección del medio ambiente y la cultura de paz.

Vinculada al Departamento de Periodismo 1 de la Universidad de Sevilla, *IC* se constituye como foro mundial para el debate de los resultados derivados de la investigación y de la reflexión realizada por académicos y pensadores de reconocido prestigio, junto a la producción de nuevas perspectivas por parte de investigadores que comienzan o prosiguen su andadura en los estudios de información, comunicación y cultura, y plantean inquietudes epistemológicas y teóricas más allá de la mera percepción tecnicista o profesional del mundo comunicativo.

En el marco que hemos descrito más arriba, la revista *IC* se presenta como una apuesta clara por el acceso gratuito y la libre circulación de la producción científica, puesto que, desde 2011, forma parte del Directory of Open Access Journals (DOAJ) y los contenidos que publica se encuentran bajo la licencia “CC BY-NC-ND 3.0” de *creative commons*. Según Miguel Vázquez, director de *IC*, “*creative commons* no es más que una forma, como otras, de intentar llegar a un reparto más justo de lo común. Estamos en una etapa en que lo “común” (el medio ambiente, la política, la ciudad) se va privatizando a marchas forzadas y eso incluye el conocimiento (la Universidad, los contenidos...). Entrar en la batalla de las revistas privadas norteamericanas, con sus propias reglas, es una estupidez doble: por un lado, es una batalla perdida de antemano (es imposible competir así con lo que tenemos) y, por otro, simplemente está en contra de cualquier espíritu sensato de Universidad pública. Intentemos mantener nuestra estupidez en niveles dignos”.

Con la fórmula de Open Access, la revista *IC* permite a los autores obtener el máximo de exposición y de difusión pública de su trabajo a través de Internet, ya sea directamente a través de la web de la publicación (www.ic-journal.org) ya sea a través de otros sitios como el DOAJ. De esta manera, estos artículos de acceso libre y gratuito son más leídos, más citados y tienen más impacto que si sólo estuvieran disponibles mediante suscripción o compra.

Complementariamente, en relación con la licencia “CC BY-NC-ND 3.0” de *creative commons* adoptada por la revista, *IC* ha optado por una opción restrictiva o moderada, la cual no permite, como consta más arriba, el uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas. Sujetos a este tipo de licencias, sólo se le permitiría al usuario enlazar o difundir la obra siempre y cuando no se modifique el original y conste el nombre del autor.

Editada por el Departamento de Periodismo 1 y el Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, *IC* es un anuario abierto a la aportación de múltiples campos de conocimiento que converjan en el interés por la comunicación desde posiciones filosóficas, antropológicas, sociológicas, éticas, políticas, históricas, o tomando un “catálogo” más flexible, desde la óptica de los estudios culturales y poscoloniales, la economía política, los

estudios de género, las ciencias cognitivas o los estudios visuales, por citar algunas configuraciones transdisciplinarias más recientes, que no ceden en el rigor de la obtención de resultados de investigación respecto a las disciplinas más convencionales y positivistas.

El contenido de la revista *IC* se estructura en tres secciones, claramente diferenciadas:

- “Claves”. Sección dedicada al análisis de temas o líneas de investigación estratégicas del campo de la información y la comunicación con vocación innovadora y transversal, abordando teórica y epistemológicamente las claves fundamentales de la investigación en comunicación. Los artículos presentados en “Claves” suelen ser seleccionados por el comité editorial de la revista; siendo, de esta forma, la única excepción del sistema de evaluación de *IC*.
- “Selecta”. Incluye aquellos trabajos que dan cuenta de los estudios y avances científicos especializados, dirigidos por expertos en las diversas áreas de investigación en comunicación. Esta sección está pensada también para el descubrimiento de nuevos valores y, en ocasiones, alberga monográficos dedicados a temas de especial interés.
- “Bibliográfica”. Sección dedicada al comentario y la discusión de fuentes de interés para la investigación en comunicación. No es, por lo tanto, una sección dedicada exclusivamente al comentario crítico de novedades editoriales, sino también a la “recuperación” de un clásico o la puesta en valor de otras fuentes como revistas académicas, bases de datos, museos, portales de Internet, etc.

La revista *IC* aparece en los siguientes índices y bases de datos:

- DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas).
- DOAJ (Directory of Open Access Journals).

- IN-RECS (Índice de impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales).
- LATINDEX (Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal).
- DIALNET (Universidad de la Rioja).
- DULCINEA (Derechos de copyright y las condiciones de auto-archivo de revistas científicas españolas).

Sin que las siguientes líneas supongan la exclusión de propuestas diversas para los autores interesados en colaborar en la revista, *IC* ha privilegiado, desde su puesta en marcha en 2003, ciertas aproximaciones a la información, la comunicación y la cultura:

- Epistemología de la comunicación.
- Teorías de la información y la comunicación orientadas al cambio social.
- Historia social de la comunicación.
- Reflexión en torno a la “cultura popular mediática” y análisis del discurso asociado.
- Cultura de los Medios Digitales.