

## **CULTURA LIBRE Y COPYLEFT: UNA ACTITUD PARA (RE)PENSAR LA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL**

*Bianca Racioppe (1)*  
*Universidad Nacional de La Plata (Argentina)*  
*bianca\_racioppe@yahoo.com.ar*

### **Resumen**

Este artículo se desprende del trabajo de tesis de maestría que estoy realizando y con el cual me propongo analizar los nuevos modos de organización y gestión de las prácticas culturales-artísticas a partir del surgimiento de organizaciones y concepciones sobre lo artístico/comunicacional que se encuentran atravesadas por la dimensión tecnológica. Para esto retomo las experiencias de artistas que trabajan desde la Cultura libre y el Copyleft, entendiendo que proponen otra manera de pensar la producción artística; pero también de pensar la construcción del conocimiento.

**Palabras clave:** comunicación; copyleft; cultura libre; nuevas tecnologías.

### **A modo de introducción**

Este artículo se enmarca en mi proyecto de tesis de maestría en la que me propongo analizar modos de organización y gestión de las prácticas artísticas en torno a lo que se autodefine como Cultura libre y Copyleft en la Argentina, en el presente. Mi interés por esta temática se sustenta, en líneas generales, en dos aspectos centrales: primero en los usos que proponen internet y las nuevas tecnologías, cómo transforman las prácticas, los modos de vincularnos, de organizarnos y, fundamentalmente, los modos de producir, distribuir y consumir los llamados bienes simbólicos. Segundo, en analizar cómo en este contexto de transformaciones la actitud Copyleft se presenta como una apuesta política y cultural que propone otros modos de producir y distribuir lo cultural-artístico.

Entre los principios fundamentales de esta concepción se destaca que las obras que se inscriben en esta forma de concebir el arte se pueden copiar, redistribuir y derivar, es decir, se pueden hacer nuevas obras a partir de obras ya realizadas. Es por esto que estas prácticas son planteadas como alternativas a un modelo en el que prevalecen las licencias privativas y una concepción de obra cerrada, concluida en sí misma. A partir de esto surge la pregunta por lo instituido y lo instituyente y el espacio de internet como gerenciador y dinamizador de *nuevas* formas de gestión de lo artístico.

Es en esta pregunta donde se vinculan esos dos aspectos motores de mi investigación: los usos de internet y estas nuevas concepciones en torno a lo cultural-artístico. La manera de concebir el arte que subyace a la propuesta del Copyleft genera nuevos modos de producción de ese arte y necesita de organizaciones que nucleen a aquellos artistas que se sientan interpelados por esta concepción. Cómo la dimensión tecnológica interviene en estos modos de asociación es uno de los aspectos centrales que me propongo indagar.

En este artículo, particularmente, hago una breve introducción sobre lo que significa posicionarse desde una actitud Copyleft y analizo algunas experiencias de artistas que trabajan desde esta postura, vinculados a internet; dándole a la web y a las nuevas tecnologías otros usos, que escapan a las lógicas que instituye el mercado. Lo interesante de estas

experiencias, a mi entender, es su actitud política en relación con los modos de producir y distribuir los bienes simbólicos; las herramientas que se dan para encontrar formas de distribución alternativas y cómo esta idea sobre lo cultural es un núcleo que motiva a su unión y organización.

### **Cultura libre y Copyleft: breve explicación**

El Copyleft surge como un “truco” legal para evitar que las obras tengan “todos los derechos reservados”; se opone, de esta manera, al Copyright que restringen la libre circulación de las producciones culturales. Bajo una licencia Copyleft una obra puede ser usada, modificada, adaptada, derivada y redistribuida con la única condición de que la obra resultante se distribuya también bajo una licencia Copyleft.

Si bien el Copyleft se *usa* actualmente para las producciones artísticas, sus orígenes lo vinculan al software libre, ya que este tipo de distribución garantizaba que el software derivado tendría que seguir permitiendo la modificación y la copia; es decir, garantizaba que no pudieran hacerse softwares cerrados a partir de un código de software libre (2). Sin embargo, pese a tener un origen “legal” el Copyleft se ha transformado en lo que algunos artistas definen como una *actitud* (3).

Por su parte, la *Cultura Libre* nombra a un movimiento, aún heterogéneo, de autores, realizadores, creadores, pensadores que consideran que la cultura es una construcción colectiva y que, por lo tanto, no debe estar limitada por “todos los derechos reservados”.

Es, entonces, en los principales postulados del software libre donde reside el origen de lo que, por el momento, podríamos llamar la perspectiva del Copyleft y la Cultura Libre. El software libre propone cuatro libertades básicas: de ejecución, de estudio, de copia y de distribución. Esto, que surge en el campo de la informática, se traslada al campo artístico con un sentido político claro: la cultura es una creación colectiva y por lo tanto no puede restringirse su circulación.

Estos dos grandes conceptos --el de Cultura libre y el de Copyleft-- permiten en la actualidad que distintos grupos de artistas puedan nuclearse en torno a esta *perspectiva* común, que piensa a las producciones culturales desde otro lugar.

Al Copyright lo enfrentan con el Copyleft, a la Feria del libro le oponen una Feria del Libro Independiente y Autogestiva (FLIA) que, lejos de centralizarse en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sale a recorrer no sólo distintos barrios porteños, sino que se crea y se resignifica en distintos lugares, se federaliza (ya se han realizado Flías en La Plata, en Chaco, en Rosario y en Neuquén).

Estos grupos y colectivos ponen en circulación ideas, proyectos, imágenes, películas, libros. Se reapropian de la producción cultural y resignifican las reglas establecidas de creación. Con estas prácticas van transformando la concepción del arte y del artista, la idea de lo que la creación es, o debería ser, y el lugar del receptor. Es en ese marco que internet y las nuevas tecnologías son punto de partida de esta problematización; pero también dinamizadoras del trabajo compartido y el encuentro.

### **Internet como espacio para repensar la producción artístico-cultural**

Internet y la digitalización de los datos facilitan el intercambio de información, productos y “bienes simbólicos”, desde este lugar es posible pensar en otros modos de producir y distribuir lo artístico-cultural: la producción colaborativa supera las barreras del tiempo y el espacio, y la distribución a través de la web inaugura un nuevo *paradigma* comunicacional.

“(…) el desarrollo de nuevas formas de procesar la información basados en sistemas digitales de codificación, y la convergencia gradual de tecnologías de información y comunicación hacia un sistema digital de transmisión, procesado y almacenamiento común. Estos desarrollos están creando un nuevo escenario técnico en el cual la información y el contenido simbólico pueden ser convertidos rápidamente, y con relativa facilidad a diferentes formas. Ofrecen la posibilidad de una flexibilidad mucho mayor, tanto en el manejo como en la transmisión de la información” (4).

Es internet y los usos que se hacen de este espacio lo que pone en jaque los viejos modos de producir, distribuir y circular los bienes culturales. La web y especialmente la llamada web 2.0 (5), que posibilita compartir la información en sitios de alojamiento de videos, en wikis, en blogs, etcétera, transforman los modos en que se accede a los bienes simbólicos y resquebrajan ciertos modos de distribución vigentes hasta el momento. Un ejemplo claro de esto es el de la industria discográfica y la venta de cds. Internet ha transformado, entre otras muchas cosas, el modo en que, especialmente los jóvenes, acceden a la música; gran cantidad de softwares permiten descargar canciones desde la web en formatos que son leídos por los nuevos dispositivos de reproducción de música (mp3, mp4) que están bastante lejos de los ya antiguos que permitían reproducir los cds. Siguiendo la tendencia actual de las nuevas tecnologías, los dispositivos se vuelven más pequeños y transportables; los cd players están casi tan pasados de moda como los viejos tocadiscos; sin embargo, las industrias discográficas siguen luchando por los derechos del disco e intentando prohibir la circulación de la música en internet. Y, a pesar de estas transformaciones culturales, algunos músicos siguen buscando la edición del disco como momento de lanzamiento, reconocimiento y visibilidad.

Esto que ocurre con la música a una escala muy visible, ocurre también con los modos de acceso a otros bienes simbólicos (como los libros, las películas y también los programas de televisión que cada vez se consumen más por internet).

En este contexto, mientras algunos artistas luchan por mantener los viejos modos de producción y distribución y pretenden hacer más fuerte las leyes de la propiedad intelectual y los derechos de autor, otros aprovechan las potencialidades de internet para producir colaborativamente, para compartir y distribuir sus obras.

Los artistas que se agrupan en la *actitud* Copyleft van más allá de utilizar el espacio de internet para distribuir sus obras (como podría hacerlo cualquier industria o productor), piensan desde una lógica colaborativa y entienden al conocimiento como una producción colectiva y social. Es ahí donde radica la gran diferencia y es ahí, también, donde aparecen esos otros usos de internet, usos no marcados por la lógica capitalista de la mercancía; sino por otras lógicas.

Retomando a Martín-Barbero podríamos decir que las lógicas de producción pueden pensarse “desde la acumulación y rentabilidad del capital y la del proceso industrial. Con fuertes lazos de complicidad entre ambas, pero distintas. Haberlas confundido fue lo que convirtió la crítica en huida, pues si la racionalidad de la producción se agota en la del sistema, no hay otra forma de escapar a la reproducción que siendo improductivos” (6). Si bien Martín-Barbero está pensando en “las mediaciones de pensamiento que deben ser trabajadas para que el análisis y la crítica puedan vincularse creativamente al trabajo productivo del comunicador” (7), esto puede relacionarse con estos otros modos de organización y gestión de lo artístico; con estas lógicas atravesadas por un explícito descontento con los modos instituidos de producción y circulación de la información, de los bienes simbólicos. La racionalidad de la producción no se agota en la racionalidad del sistema, desde este lugar Martín-Barbero refuta la idea de Adorno de que “el arte permanece íntegro cuando no participa en la comunicación” (8).

Internet posibilita, dinamiza, formas de producir colaborativas y facilita el encuentro y la organización. Experiencias similares que se dan en distintas partes del país pueden reconocerse y converger gracias a estos usos de la red. Desde la perspectiva que entiende a las tecnologías como creaciones sociales, que surgen en un contexto, lo modifican y son modificadas por él, no es casual pensar que estos grupos y colectivos producen desde una lógica cercana a la propuesta por internet y la web 2.0: la de las redes, el intercambio y la derivación. Una lógica de producción y distribución que la web dinamiza; pero, como señalaba antes, que estos grupos piensan desde otros lugares, resignifican, reapropian. Así Facebook, atravesado por la lógica capitalista del vender o de la búsqueda de la información para el *marketing* directo (9) adquiere en manos de estos grupos otros sentidos. Retomemos, por ejemplo, la experiencia de Iconoclasistas.

Iconoclasistas (10) surge a mediados de 2006 y está formado por dos artistas --Julia Risler y Pablo Ares-- que deciden abrir el espacio para producir recursos gráficos que pudieran ser reutilizados por movimientos sociales. Según Julia Risler en un primer momento pensaban a “Internet como una pata más, lo importante es la impresión, la gráfica, qué sé yo, internet era una cosita más y ahora es una cosa. Es más, al principio nos resistíamos, Facebook y todo eso... este año dijimos: cambiemos la página a *wordpress*, con comentarios, con mayor interactividad, con estilo de blog porque vamos subiendo por ahí cosas pequeñas todo el tiempo. Y al haber sacado el Facebook ampliamos la red y hay una articulación mucho más cotidiana con la gente con la que nos conocemos de otros lugares, incluso de acá (se refiere a la FLIA) (11). Le encontramos la veta a una cosa que teníamos como prejuicio de acercarnos, en realidad después sobre la marcha vimos que estaba bueno, que era muy potente para seguir laburándolo, siempre como una plataforma más de trabajo, pero que no había que descuidar, no era *light*, era importante realmente” (12).

Hoy Iconoclasistas tiene en Facebook más de 3.000 amigos y utilizan este espacio no sólo para dar a conocer sus actividades (espacio de visibilidad), sino también como red con otros grupos y movimientos. En Facebook postean links a su página desde donde se pueden descargar imágenes, gráficas, bocetos hechos para compartir, derivar y travestir (como ellos mismos

plantean). Desde Facebook, por ejemplo, convocaban a responder “¿a quién llevaría el Che en la camiseta?” (13). Así, desde el juego y la ironía, Facebook se convierte en un espacio de militancia, militancia de un arte que ellos mismos definen como activista, vinculado a movimientos sociales que se proveen a través de Iconoclastas de imágenes y gráficos que luego utilizan en remeras, *stickers*, afiches. Imágenes que empiezan a circular, a reformarse, a resignificarse, a derivarse.

Iconoclastas es un ejemplo de estos grupos que se nuclean y tienden redes en el espacio de lo *online*; pero también de lo *offline*, convocados por una manera de pensar al arte y a la producción cultural. Me refiero a lo *online* y lo *offline* para no hablar de un mundo real y otro virtual, ya que las experiencias que se viven en los espacios mediáticos son experiencias *reales*. Por eso, prefiero referirme a lo *online* para dar cuenta de los espacios de encuentro en la red y a lo *offline* para los espacios de encuentro “cara a cara”.

Además de estas experiencias que se dan al interior de cada uno de los grupos que participan de esta actitud frente a la producción cultural, existe el emprendimiento de generar un espacio en la web para nuclear y convocar a los artistas que trabajan desde esta concepción, la página de Copyleft Argentina.

Esta experiencia intenta poner en contacto a artistas que “promueven y utilizan la metodología del copyleft: comparten sus obras, hacen valer su autoría, inspiran nuevas creaciones a partir de sus creaciones y resisten a un modelo inflexible de derechos de autor, que no promueve la creatividad y atenta contra el acceso libre al arte y la cultura” (14).

Este espacio en internet tiene como objetivo dar información a los artistas que pretendan liberar sus obras, visibilizar los proyectos que se están haciendo en forma libre y poner en relación a artistas que trabajan desde esta *actitud* en distintos puntos del país. En este sentido, explica Franco Iacomella (15), uno de los impulsores de este espacio: “Copyleft Argentina nació hace varios años, a partir del interés de varios artistas de Capital, Rosario y Córdoba, con la idea de dar mayor visibilidad a los proyectos de diversos artistas que liberan sus obras. No es un espacio que busque concentrar o englobar todas las expresiones o representar a los artistas. La idea era, sencillamente, un espacio para dar a conocer las actividades de estos artistas o colectivos y también dar información sobre cómo liberar su obra a los interesados” (16).

Más allá de que la mayoría de los artistas y militantes de este modo de pensar la cultura rescatan la importancia del encuentro territorial, reconocen también a las nuevas tecnologías como importantes no sólo para el tendido de redes y la visibilidad de los proyectos, sino también como forma de trabajo. “Internet es una clave fundamental de estas nuevas formas de organización distribuidas. La idea del Copyleft está fuertemente ligada a los espacios virtuales, en gran medida porque la copia y derivación despliega su potencial en el campo inmaterial” (17).

### **Los jóvenes como principales impulsores de estos cambios**

Uno de los aspectos significativos es que muchos de los artistas que participan y que trabajan desde el Copyleft, así como sus principales impulsores, son jóvenes.

Si bien existen algunos casos de artistas que ya tenían una trayectoria, como Marcelo Lo Pinto que incursionó en la actitud Copyleft desde el arte plástico con su obra liberada “Emporio Celestial de Conocimientos Benévolos”, la mayoría de los artistas que trabajan desde esta *actitud* son jóvenes que han encontrado en el Copyleft y la Cultura libre un espacio para discutir problemáticas que venían planteando desde otros ámbitos: el académico, el del activismo político; jóvenes artistas que venían produciendo sus obras pero que se sentían “incómodos” con las reglas que les proponía el mercado. Y no es casual que sean los jóvenes los que mayoritariamente impulsan esta actitud. La juventud está asociada, en todos los órdenes sociales, a un momento de ruptura, de quiebre con lo instituido, de disputa con los valores normatizados con los que una sociedad *funciona*. A los jóvenes se les ha asignado a lo largo de la historia ese lugar de rebeldía y esa capacidad para *transgredir* lo establecido como normal; a esto hay que sumarle que son los jóvenes los que con más facilidad acceden a los lenguajes que proponen las nuevas tecnologías y los que logran otorgarle otros usos, otras lógicas diferentes a las propuestas por el mercado (aunque paradójicamente son los jóvenes también el *target* más deseado por ese mercado). Según plantea Rossana Reguillo, “La juventud como hoy la conocemos es propiamente una “invención” de la posguerra, en el sentido del surgimiento de un nuevo orden internacional que conformaba una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. La sociedad reivindicó la existencia de los niños y los jóvenes como sujetos de derechos y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo” (18).

Para los jóvenes las tecnologías forman parte de su *medio ambiente*, han sido naturalizadas y con ellas ciertas prácticas como el acceso a la información, la descarga de música o películas desde internet. Además de estos usos desde un lugar de *consumo*, los jóvenes producen contenidos que suben y distribuyen por internet (blogs, fotologs, wikis, videos en youtube) y son los principales participantes de redes sociales como Facebook (19).

Estas prácticas que los jóvenes realizan cotidianamente cambian los modos de entender la producción y la distribución de los bienes culturales. “Hay una generación que se está criando con esta lógica de distribución de cultura, yo creo que es irreversible” (20) explica Beatriz Busaniche, miembro de Fundación Vía Libre, una organización que promueve la cultura libre.

Y es dentro de esta generación que creció con las pantallas (la de la tele, la de los videojuegos) y que ha tomado a internet como un espacio de transformación, que se inscriben los principales impulsores de la libre circulación de la cultura. Jóvenes músicos, escritores, artistas plásticos, dramaturgos, cineastas que encuentran en la *actitud* Copyleft y en la Cultura libre un espacio de producción y distribución de sus obras, que les permite disputar con las reglas vigentes y soñar con otros modos de *creación*, con otros modos de pertenencia y organización.

Más allá de que los jóvenes compartan lo que en términos de Margulis y Urresti es una “memoria social incorporada” (21) o una experiencia de vida compartida, es importante entender que estas experiencias van a estar atravesadas por diferencias y desigualdades que exceden a la cuestión generacional. Sería muy simplista pensar que todos los jóvenes viven y experimentan los procesos, por ejemplo los usos de las tecnologías, de la misma manera; por

eso reconocemos que hay múltiples maneras de ser jóvenes. Qué características, qué grupos de pertenencia y referencia comparten estos jóvenes artistas que deciden trabajar desde el Copyleft y militar por la cultura libre es uno de los puntos a trabajar en profundidad.

Quizás lo que los caracteriza es que aún no gozan de la popularidad y el reconocimiento que, a unos pocos, les otorga el sistema (22); se suman desde los márgenes intentando transformar ese modelo porque, tal vez, no les interese el reconocimiento que desde esos lugares legitimados puedan obtener, pero lo que seguro no les interesa es pertenecer al modelo de producción y distribución vigente.

Una idea que comenzó con el software se ha desplazado al campo de lo artístico; este traspaso no les quita, sin embargo, lo que tienen en común: la convicción de que las ideas nunca son individuales y de que el aporte colectivo *mejora* la producción del conocimiento.

Es en este contexto donde el estatuto del arte (y de la producción artística) debe ser revisado. Creo que desde los colectivos y organizaciones que trabajan bajo la concepción Copyleft se está dando esa revisión y es importante que, desde el campo de la comunicación, reflexionemos en torno a ello, ya que lo que está en disputa son los sentidos, las significaciones, los modos de producción, de distribución; pero también los modos de organización y gestión.

## Notas

- (1) Este artículo surge de la tesis que estoy realizando para la maestría Plangesco, dirigida por Paula Porta.
- (2) Richard Stallman preocupado por lo que él llamó "acaparamiento de software" creó en la década de los 80 la licencia Pública General de GNU (GPL), que daba a todo usuario la libertad de redistribuir y cambiar software GNU. "Copyleft dice que cualquiera que redistribuye el software, con o sin cambios, debe dar la libertad de copiarlo y modificarlo. Copyleft garantiza que cada usuario tiene libertad" en <http://www.gnu.org/licenses/licenses.es.html>
- (3) Lila Pagola, investigadora y artista inscrita en la Cultura libre, habla de *actitud Copyleft*.
- (4) Thompson, John B., *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 1998.
- (5) Se llama web 2.0 a un nuevo modo de uso de internet tanto por parte de los desarrolladores de software como por parte de los usuarios. La web 2.0 se asocia con la interactividad, la posibilidad del tendido de redes y la comunicación peer to peer (P2P). El peer to peer permite el vínculo entre máquinas sin los roles fijos de servidor y cliente. El eMule, por ejemplo, es un programa P2P.
- (6) Martín-Barbero, Jesús, "Los oficios del comunicador" en Revista *Co-herencia*, vol. 2, 2005.
- (7) *Idem*.
- (8) *Idem*.
- (9) Paula Sibila explica cómo las empresas utilizan Facebook para conocer los gustos de los usuarios y enviarles publicidad específica, *behavioral targeting* o envío de publicidad en función del comportamiento. También explica cómo los amigos se convierten en "recomendadores" confiables para la compra de un producto. Sibila, Paula, *La intimidad como espectáculo*, "El show del yo", Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2009.
- (10) Web de Iconoclasistas: <http://iconoclasistas.com.ar>
- (11) Feria del libro Independiente y Autogestiva. La entrevista fue realizada el 1º de mayo en la 13 FLIA que se realizó en el estacionamiento recuperado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.
- (12) Julia Risler, miembro de Iconoclasistas, entrevistada para mi tesis de maestría el 1/5/10, en el marco de una FLIA en Capital Federal.
- (13) En Facebook postearon: "Últimos días de la contraencuesta ¿a quién llevaría El Che en la camiseta? [Http://iconoclasistas.com.ar/2009/07/13/la-remera-del-che/](http://iconoclasistas.com.ar/2009/07/13/la-remera-del-che/)"

- (14) Página de Copyleft Argentina: [www.copyleft.org.ar](http://www.copyleft.org.ar)
- (15) Franco Iacomella es capacitador en software libre y hacker del proyecto GNU. Preside la ONG Gleducar (proyecto educativo libre), además impulsa el sitio Copyleft Argentina y es un militante de la cultura libre.
- (16) Entrevista a Franco Iacomella realizada para mi tesis de maestría en enero de 2010.
- (17) Entrevista a Franco Iacomella realizada para mi tesis de maestría en enero de 2010.
- (18) Reguillo Cruz, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles, Estrategias del desencanto*, Buenos Aires; Norma, 2000.
- (19) Según estudios presentados por Eduardo D'Alessio (D'Alessio IROL) la franja etaria que va hasta los 24 años representa el 44% de personas conectadas a internet en Argentina, y la que va de los 25 a los 34 años representa el 20%, lo que da cuenta de que el mayor acceso está entre los jóvenes. Este mismo estudio demuestra un crecimiento entre 2004 y 2008 en el acceso a internet de los sectores medios y bajos; y da cuenta de una transformación en los usos a partir de la web 2.0 (pertenencia a comunidades virtuales: blogs, fotologs, wikis, redes sociales, etc.).
- (20) Entrevista realizada para mi tesis de maestría en la Fábrica de Fallas. 2do. Festival de Cultura libre y Copyleft. 22 de noviembre de 2009.
- (21) Margulis Mario y Urresti Marcelo, "La juventud es más que una palabra" en Margulis Mario (editor); *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, Ed. Biblos.
- (22) O los circuitos más tradicionales de distribución y comercialización, principalmente los grandes monopolios mediáticos.

## **Bibliografía**

Klein, Naomi, *No Logo*, Barcelona, Paidós, 2001.

Margulis Mario y Urresti Marcelo, "La juventud es más que una palabra", en Margulis Mario (editor), *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, Ed. Biblos.

Martín Barbero, Jesús, "Los oficios del comunicador", en Revista *Co-herencia*, vol. 2, 2005.

Reguillo Cruz, Rossana, *Emergencia de culturas juveniles, Estrategias del desencanto*, Buenos Aires, Norma, 2000.

Sibila, Paula, *La intimidad como espectáculo*, "El show del yo", Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2009.

Thompson, John B., *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998.

Williams, Raymond, "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales", en *Historia de la Comunicación, Vol.2. De la imprenta a nuestros días*, Barcelona, Bosch Casa Editorial S.A., 1992.

## **BIANCA RACIOPPE**

Es licenciada y profesora en Comunicación Social, docente de la cátedra 2 de Comunicación y Medios de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Actualmente se encuentra realizando su tesis para la maestría Plangesco.