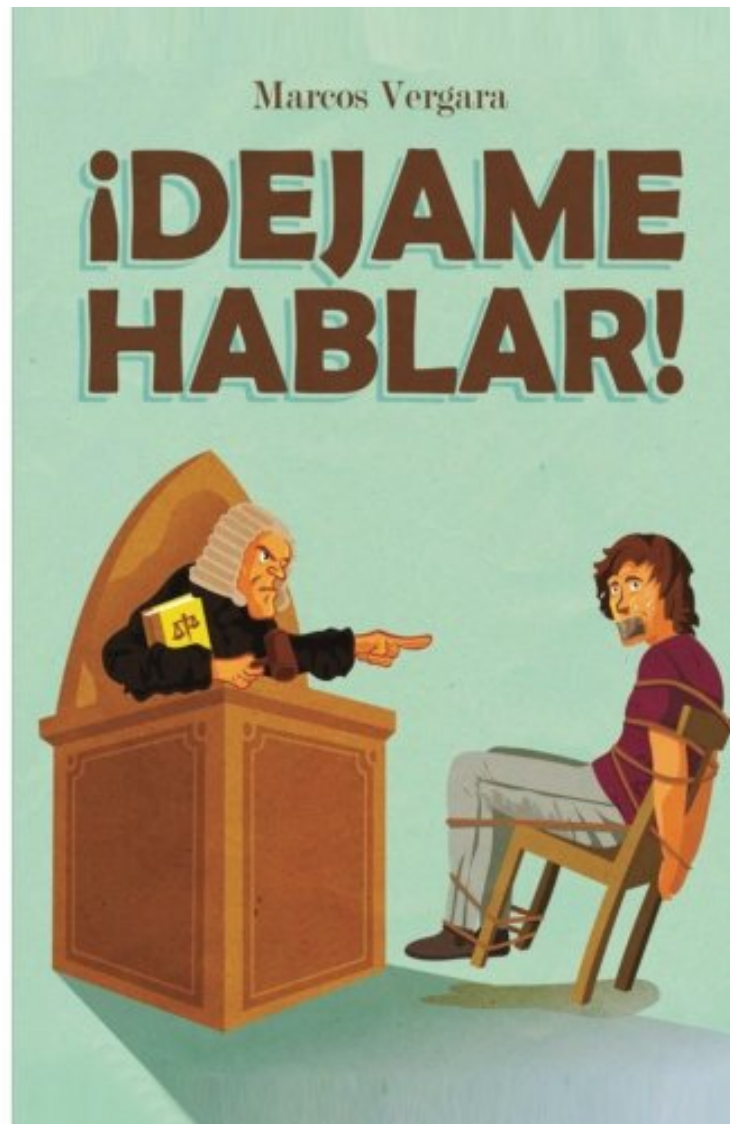


(Download free pdf) Dejame hablar! (Spanish Edition)

## Dejame hablar! (Spanish Edition)

*Mr. Marcos Vergara*

*DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub*



[Download](#)

[Read Online](#)

#7589889 in Books MR Marcos Vergara 2012-09-27Original language:SpanishPDF # 1 9.00 x .50 x 6.00l, .66 #File Name: 1479331651220 pagesDejame Hablar | File size: 34.Mb

**Mr. Marcos Vergara : Dejame hablar! (Spanish Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Dejame hablar! (Spanish Edition):

Uno puede preguntarse cmo un juez o una cmara legislativa de algn gobierno determina qu cosas pueden ser vistas u odas en los diversos medios de telecomunicaciones. Algunos indagan sobre la censura a contenidos indecentes u

obscenos; otros ponen más énfasis en la restricción a contenidos violentos. Muchos debaten cuáles deben ser los parámetros para supervisar la concentración de los medios. Estas son las preguntas que Marcos Vergara, autor del libro *Dejame hablar!* intenta responder. Para ello, se centra en cómo se han regulado todos estos temas en los Estados Unidos. La razón es sencilla explica Vergara: las series televisivas más populares (*Friends*, *Lost*, *24*, *Los Simpson*, entre otras), las películas más taquilleras, empresas innovadoras como Microsoft, Apple, Twitter, Facebook, YouTube, todas son creaciones estadounidenses. Es innegable que toda regulación o sentencia judicial estadounidense que moldee lo que se pueda ver o escuchar en la radio, el cable, la televisión abierta, Internet o los videojuegos ser de una enorme trascendencia a nivel mundial. Basta ver la reciente repercusión mundial que tuvo el debate legislativo por la ley SOPA (la Stop On-Line Piracy Act, una ley estadounidense contra la piratería en Internet que tuvo una inmensa y exitosa campaña en su contra en todo el mundo). *Dejame hablar!* lleva al lector por historias muy entretenidas: llamados telefónicos con contenido erótico, famosos que dicen palabrotas en canales de televisión abierta, comediantes fustigados por hablar de manera indecente por la radio, la creación del horario de protección al menor, censura de videojuegos violentos, políticos que piden espacio en programas para defenderse de ciertos ataques, o empresas como Playboy que consideran que su libertad para expresarse está siendo restringida. Vergara, abogado con un máster en Telecomunicaciones y Propiedad Intelectual en la University of California, Los Angeles (UCLA), decidió alejarse de los tecnicismos jurídicos y en esta obra emplea un lenguaje coloquial, ideal para cualquier lector interesado en la materia. La regulación de los medios tiene una fundamental importancia en una saludable vida democrática. Es por ello que busco informar con el mismo lenguaje que uno suele usar cuando habla con sus amigos, destaca el autor. Como no podía ser de otra manera, *Dejame hablar!* analiza de manera impecable la concentración en los medios de telecomunicaciones. Hay una eterna discusión sobre la consolidación de los medios en manos de unos pocos. Es sumamente interesante ver cómo los reguladores luchan por determinar cuándo y cómo una empresa de medios pasa a ser un Goliath que debe ser domesticado, o cuándo es el Estado quien pasa a ser el Goliath. Por eso quiero mostrar al lector cómo se trató este tema a lo largo de los últimos 35 años en Estados Unidos, explica de manera apasionada Vergara. Por último, *Dejame hablar!* nos alerta sobre un tema de poca repercusión, pero de fundamental importancia: la neutralidad en Internet. El consumidor piensa que la neutralidad en Internet es una obviedad. Nada puede estar más alejado de esa afirmación. Infinidad de proveedores de Internet están asociados con distribuidores de contenido, y la tentación de hacer más veloz a la página con la que hacen negocios en detrimento del resto de los sitios en Internet, o prohibir descargar programas que compiten con sus productos de telefonía, puede ser muy tentadora. Por otro lado, hay proveedores que quieren que páginas como Google les paguen un porcentaje de las ganancias obtenidas en publicidad. Argumentan que para llegar a los usuarios están usando los caños que son de su propiedad. En otras palabras, algunos proveedores quieren pasar a ser editores y determinar qué contenido pasa por ellos, incluso si el contenido es absolutamente legal. Sin dudas, estamos frente a un tema delicado, y su conclusión tendrá un alto impacto, concluye Vergara.