



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN

IMPACTO ECONÓMICO DE LAS DESCARGAS
ILEGALES DE AUDIO EN MÉXICO 2006 – 2010

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA:

JUAN ÁNGEL DE JESÚS ACAPITZI CONTRERAS GARCÍA

ASESOR:

DR. MARCOS RODOLFO BONILLA GONZÁLEZ



FES Aragón

MÉXICO 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria:

A mis padres: Jesús y Elvia.

A mis hermanos y hermanas: Laura, Carlos, Ariana, Alejandro y Julieta.

A mis amigos: Pablo, Gabriela, Nancy, Mitzi y Alejandro Flores.

Agradecimientos:

Al Dr. Marcos Rodolfo Bonilla González.

A la UNAM y a la FES Aragón.

INTRODUCCIÓN.

1. GLOBALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA.

2. LA BRECHA DIGITAL Y LA BRECHA COGNITIVA.

2.1 ¿Qué es la Brecha Digital?

2.2 Internet y la Barrera Idioma.

2.3 México y la Brecha Digital.

2.4 Brecha Cognitiva.

3. EL MERCADO DIGITAL.

3.1 La democratización de la producción, distribución y consumo en la era digital.

3.2 Descargas digitales ilegales.

4. LA PIRATERÍA DIGITAL EN MÉXICO.

4.1 Internet en México.

4.2 Descarga de audio digital ilegal en México.

4.3 Medidas que se han adoptado para combatir la piratería digital.

4.4 Regulación jurídica en México.

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFÍA.

INTRODUCCIÓN.

El uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) como arma de la globalización es excluyente, el avance de la tecnología es vertiginoso y solo unos cuantos países y habitantes tienen la capacidad monetaria e intelectual para poder hacer uso de ellas, lo cual genera una brecha relacionada con las limitaciones de acceso y aplicación de las TIC. Esta es la llamada brecha digital y se muestra de manera marcada en los países subdesarrollados. Un ejemplo claro al respecto es el caso del surgimiento y la penetración de internet (el cual constituye uno de los desarrollos tecnológicos más significativos del siglo pasado). Los beneficios de esta herramienta han sido aprovechados por un número reducido de la población mundial y en ha experimentado un crecimiento explosivo en los últimos años. Al ritmo con que surgen las innovaciones tecnológicas, se acentúa la separación y crece la disparidad entre países pobres y ricos.

A esta brecha digital se une la brecha cognitiva y la brecha generacional en donde el poder adquisitivo, el conocimiento, la educación escolar y la edad son determinantes.

Para los nativos digitales (aquellas personas que han crecido con la Red) es impensable un mundo no conectado a la superautopista, mientras que para los migrantes digitales (aquellos que fueron observando el desarrollo de las tecnologías y se han adaptado a su uso) no es necesario estar conectado todo el tiempo. Los nativos digitales acostumbrados a la velocidad cuando de lidiar con la información se trata. Adaptados a hacer varias cosas al mismo tiempo. Todos ellos son multitarea y en muchos casos multimedia. Prefieren el universo gráfico al textual. Eligen el acceso aleatorio e hipertextual a la información en vez del lineal propio de la secuencialidad, el libro y la era analógica. Los migrantes digitales ven la televisión, no valoran la capacidad de hacer varias cosas al mismo tiempo propia de los milenaristas, detestan los videojuegos, tienen problemas de todo tipo

para fundirse en interfaz con la computadora, o para aprovechar las múltiples funcionalidades sin pedirles antes permiso a un dedo para usar el otro.

Las TIC han evolucionado una nueva forma de producir, distribuir y consumir en el mundo virtual. La llamada economía de la escasez es impensable en la Internet, se le ha llamado la economía de la abundancia¹ por qué no se necesitan lugares físicos ya sea para crear o almacenar la mercancía digital y el consumo es infinito ya que no se encuentra de forma física, es digital.

En especial en el mercado de la música se están dando grandes cambios del como producir, distribuir y consumir fonogramas. “Ya no es necesario grandes estudios de grabación con complejas maquinas de edición, en la actualidad solo es necesario una PC y los software adecuados para poder crear un “álbum” y vender millones”.²

Los cambios que se están experimentando en el mercado actual, son llevados a cabo por los propios consumidores quienes en esta nueva realidad conducida por las TIC, están dando los primeros pasos en el cambio de cómo producir, distribuir y consumir la música y son los mismos consumidores quienes están dando las nuevas ideas a la industria de fonogramas para migrar al mercado digital.

En la última década la Industria discográfica al ser el intermediario entre el artista o músico y el consumidor o “fan”, está sufriendo la más dura caída en ventas, los nativos digitales y algunos migrantes digitales (los consumidores) dejaron de comprar discos para descargarlos directamente del Internet; la mayoría de las veces de forma ilegal, sin respetar los derechos de autor y sin retribuir ni un peso a la industria.

¹ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail: De los mercados de masas al triunfo minoritario*. Ediciones Urano. 2007.

² Melville Hall, Richard, 2010, *La obsolescencia de la Industria discográfica*, *Rolling Stone Magazine* 153, Diciembre, Argentina, p. 42-44.

Esta nueva forma de piratería (digital) está dañando el esquema de creación-distribución-venta-consumo que se practicó durante las décadas pasadas. Ahora la forma es distinta, en donde perecerá la industria discográfica si no adopta y adapta esta nueva forma que ofrecen las TIC.

En México, a diferencia de los países del primer mundo, la regulación en el uso de internet es inexistente, vulnerando las garantías legales que en el pasado se ofrecían a la industria discográfica, lo que ha provocado caída en las ventas y al no vender los grandes volúmenes que vendían en el pasado se está recurriendo a la reducción de departamentos y personal en los sellos discográficos.

La piratería digital no está destruyendo a la industria discográfica, le está mostrando los nuevos senderos por los que debe transitar para recuperar el mercado y las ganancias.

Hasta hace pocos años la piratería o comercio ilegal de copias de discos y películas se centraba solo en el concepto de los productos físicos, ahora el consumo es digital, ya no es necesario salir al mercado y comprar un CD “pirata” con solo conectarse a la red, ingresar el título de lo que se está buscando y agregarle alguna terminación ya sea MP3, rar, WAV, APE, etc., el buscador inmediatamente nos despliega una cantidad interminable de sitios o “microsites” en donde se encuentra alojado el disco en cuestión, se descarga y se guarda en el ordenador sin pagar un solo peso.

La descarga ilegal de fonogramas digitales o piratería digital como comúnmente se le conoce, está provocando pérdidas económicas millonarias en la industria discográfica, teniendo como consecuencia; el cierre de empresas y desempleo, no solo gracias a las nuevas tecnologías y a la apertura y democratización de la red, sino a la falta de visión de la industrias fonográfica, los altos precios de los CD “originales” ya que el internet está revolucionando la forma en cómo producir, distribuir y consumir la música.

La industria discográfica en México está experimentando los problemas de la piratería digital pero a diferencia de E.U o la unión Europea, en México aun no se implementan medidas contra la descarga ilegal por la falta de una regulación sobre el internet permitiendo que se descarguen millones de canciones al año.

Tanto en México como en los demás países, la descarga ilegal no es solo un problema que se atribuya a los índices de pobreza de la población, este fenómeno se presenta por la falta de capacitación en el uso de las nuevas tecnologías, el rechazo cultural a estas herramientas, carencia de beneficios específicos, la edad (Brecha Generacional), nivel socioeconómico, los altos costos de la mercancía, los bajos salarios, una educación deficiente sobre derechos de autor porque aunque las personas cuenten con computadora y una conexión de banda ancha existe además de una brecha digital una brecha cognitiva.

El arribo de la digitalización y de la Internet, así como de las tecnologías de la Información y comunicación, han facilitado exponencialmente la producción, distribución, y recepción de obras intelectuales a nivel mundial.

Pérdidas económicas, desempleo, nula regulación y leyes contra la descarga ilegal de archivos digitales y una falta de educación por el respeto a las obras intelectuales, son los problemas que enmarcan el fenómeno de la “piratería digital”.

¿Es la brecha digital y la situación económica en México lo que provoca que exista la piratería digital?

Las descargas ilegales de audio (música) son producto de las nuevas tecnologías o TIC, que han venido a sustituir a las formas anteriores de producción, distribución y consumo, que en el tema a estudiar se daban mediante los discos de acetato y CD's, y que administraba la industria discográfica a nivel nacional e internacional, por lo que nos parece fundamental la revisión de esta

transformación tanto en lo tecnológico como su repercusión en la economía en particular de nuestro país, así también es importante señalar que este fenómeno se contextualiza en el modelo económico de la globalización en donde la brecha digital con respecto al uso de las TIC y la relación que éstas guardan con el desarrollo de la economía indudablemente provoca grandes diferencias.

En el aspecto económico nos interesa explicar la forma en que impacta a la sociedad en su conjunto, el porqué se genera desempleo por las descargas ilegales y las formas en cómo han evolucionado las formas de producción generándose así una brecha en donde quienes no tengan acceso a las tecnologías de la información se quedarán rezagados laboralmente y su incursión en la tecnología de forma tardía puede provocar el estancamiento de la economía no solo en las grandes ciudades sino también en aquellos estados en donde la marginación es ya una forma de vida diaria.

En relación a la tecnología analizar el cambio tan veloz que se está dando, y analizar si es que se está tratando de una nueva revolución tecnológica. También analizar el porqué México es un país en donde se tiene los precios más altos en conexión a banda ancha (y la más lenta) y equipos de cómputo comparado con países Europeos y latinoamericanos esto como parte del rezago de las empresas en México.

Derivado de lo anterior el objetivo central de la presente investigación es explicar las formas en que impacta económicamente las descargas ilegales de audio en México durante el periodo 2006-2010, se toma el periodo referido ya que no se cuenta con información estadística de años anteriores.

Así mismo determinar las nuevas formas de producción, distribución y consumo en la música que la tecnología y la globalización han generado, analizar la ausencia de una regulación normativa de las descargas ilegales de audio a través de

internet así como revisar las propuestas por parte de varios países para evitar las descargas ilegales.

Para ser congruentes con el objetivo central de la investigación se plantea la siguiente hipótesis:

El impacto negativo que se genera en la economía al compartir archivos digitales de forma ilegal sin tomar en cuenta la propiedad intelectual, está provocando pérdidas económicas, cierre de empresas y por consiguiente desempleo.

La tesina fue estructurada en cuatro capítulos, en el primero abordamos la teoría de la Globalización como un nuevo ciclo de expansión del capitalismo analizando sus características entre ellas la integración de los mercados a través de las empresas multinacionales, el desarrollo de tecnología y la difusión de esta misma alrededor del mundo, la deslocalización del proceso productivo llamada “Especialización Vertical” y el Dumping social, y el porqué la globalización es un proceso divisorio en donde gran parte de la población mundial queda excluida. Ya en el segundo capítulo estudiamos el impacto que se ha generado gracias a la tecnología que es generada en países desarrollados y exportada a países con menor desarrollo proporcionando “Ventajas Competitivas” y creando polos de desigualdad entre las naciones. La creación y aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han dado paso a Internet y esta a la WEB 2.0 que mediante su uso se tiene acceso a: conocimiento, educación, comunicación e información. El acceso a las TIC pone de manifiesto diferencias de género, salariales, educativas, de edad, etc., generando la “Brecha Digita” entendida como la distancia que separa a individuos y a sociedades con relación al uso de las nuevas tecnologías, analizando tres aspectos importantes: Infraestructura, capacitación y uso de los recursos. En el capítulo tres analizamos a la Industria musical como objeto económico y soporte fundamental de la industria cultural y su evolución al formato digital: “El mercado online de la música”, sus ventajas y desventajas. Estudiamos también la desmaterialización de los productos físicos,

los agregadores digitales puros, el mercado digital de audio legal, su forma de distribución y el fenómeno de “La piratería digital”. En el ultimo capitulo analizamos el impacto que ha generado Internet y la Piratería Digital, así como los usos y costumbres en México, las medidas que han adoptado algunos países en la lucha contra la Piratería digital y por ultimo las conclusiones.

CAPÍTULO 1. GLOBALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA.

El sistema capitalista³, es un proceso dinámico, creciente y acelerado y como parte de este proceso es necesaria la expansión de los mercados. Esta expansión y crecimiento ha necesitado siempre de y ha dado lugar al proceso de desarrollo continuo de la tecnología. Estamos viviendo un nuevo ataque de universalización del capitalismo, como método de producción y proceso civilizador. El desarrollo del modo capitalista de producción, de manera extensiva e intensiva, adquiere otro impulso apoyado en nuevas tecnologías, la creación de nuevos productos, la recreación de la división internacional del trabajo⁴ y la mundialización de los mercados. Las fuerzas productivas básicas, incluyendo el capital, la tecnología, la fuerza de trabajo y la división transnacional del trabajo, exceden las fronteras geográficas, históricas y culturales, multiplicándose así las formas de articulación y contradicción.⁵ La globalización es una tecnología⁶ a la cual algunos le atribuyen el carácter de novedad, otros la consideran como la continuación de un desarrollo característico del capitalismo desde sus mismos orígenes.⁷

La globalización del mundo expresa un nuevo ciclo de expansión del capitalismo, como forma de producción y proceso civilizador de alcance mundial. Un proceso que abarca naciones y nacionalidades, regímenes políticos y proyectos

³ El capitalismo es el orden social que resulta de la libertad económica en la disposición y usufructo de la propiedad privada sobre el capital como herramienta de producción.

En el capitalismo los individuos y las empresas llevan a cabo la producción y el intercambio de bienes o de servicios en forma libre dentro de la división del trabajo, con el propósito necesario del beneficio monetario para la obtención de recursos en función de cualquier orden de fines dentro del marco de una cooperación mediatizada por el mercado. La distribución, la producción y los precios de los bienes y servicios son determinados por el libre mercado, la oferta y la demanda entre productores y consumidores.

⁴ La división internacional del trabajo es la división del proceso de producción mundial entre países y regiones mediante la especialización en la realización de determinados bienes. El fenómeno es parte de un proceso más general de la economía moderna, la división del trabajo (por sexo, manual-intelectual, tareas), y es una de las modalidades de la división espacial del trabajo. En la teoría clásica del mismo modo que fue el economista escocés Adam Smith el primero en analizar profundamente el papel decisivo de la división del trabajo en la economía capitalista, fue el también economista inglés David Ricardo el primero en percibir la importancia de la división internacional del trabajo para organizar un sistema económico mundial.

⁵ Ianni, Octavio, 2006, *La era del Globalismo*, Siglo Veintiuno Editores, p. 13.

⁶ López Beltrán, Elia, 2006, *Globalización: Una explicación de la economía mundial actual*, UNAM, p. 9.

⁷ Aronson, Perla, 2007, *Notas para el estudio de la globalización*, Editorial Biblos, p. 17.

nacionales, grupos y clases sociales, economías y sociedades, culturas y civilizaciones. Señala la emergencia de la sociedad global, como una totalidad incluyente, compleja y contradictoria.⁸

La globalización se puede definir como un proceso dinámico de creciente libertad e integración mundial de los mercados, tanto de trabajo, bienes, servicios, tecnología y capitales. Este proceso no es nuevo, viene desarrollándose paulatinamente desde 1950 y rápidamente desde 1980⁹ y gracias a la consolidación del capitalismo a escala mundial, la globalización se acentúa en los años noventa. Coincidiendo con la revolución de la información¹⁰.

La globalización se considera la tercera fase de la internacionalización de los mercados¹¹, cuyas notas distintivas revelan la dependencia recíproca entre empresas y países en grados absolutamente diferentes de los del pasado, además de instaurar un conjunto de restricciones particulares en términos de competitividad. Su antecedente más remoto, situado en el periodo que se extiende entre las últimas décadas del siglo XIX y el comienzo de la primera guerra mundial, se caracteriza por la existencia de Estado-Nación que intercambian internacionalmente sus productos y se relacionan intensamente entre sí sin renunciar a su estatus de instituciones soberanas: emiten moneda, definen tasas de cambio y controlan los intercambios aduaneros.

⁸ Ianni, Octavio, 1999, *La era del Globalismo*, Siglo Veintiuno Editores, p. 11.

⁹ De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 20.

¹⁰ Held, David & McGrew, Anthony, 2003, *Globalización/Antiglobalización: Sobre la reconstrucción del orden mundial*, Ediciones Paidós, p. 14.

¹¹ El comercio exterior de los países se asocia a la internacionalización de los mercados, por ello cuando se habla de exportación en términos económicos se refiere al envío de productos o prestación de servicios fuera de los límites nacionales, con un fin comercial, y que van a ser consumidos o usados en el país destino. La justificación económica del comercio internacional se basa en que determinadas regiones o bloques económicos son capaces de general productos o servicios a un menor coste que el de otras regiones o bloques económicos, esto en economía es lo que se denomina ventajas comparativas, y esto hace que se especialicen algunas zonas en determinados productos o servicios y se fomente la producción y el intercambio entre distintas zonas aprovechando las ventajas comparativas de las zonas, regiones o bloques económicos. (<http://www.faecta.com/doc/ED0045AN07.pdf>)

El segundo momento abarca la etapa que va desde el fin de la segunda guerra hasta los años 70, cuando las empresas multinacionales comienzan a operar sobre una base verdaderamente mundial y localizan sus tareas, sus ciclos productivos, la comercialización y las actividades financieras en cualquier parte del mundo a fin de utilizar a su favor las diferencias nacionales, optimizar equipos y maximizar la producción.

A diferencia de la fase anterior, las empresas se vinculan entre sí formando un autentico tejido de intercambio mundial. La globalización cuyo comienzo data aproximadamente de la década de los 80, se asienta en la aceleración de las tendencias anteriores pero con el agregado de una serie de características nuevas. Los rasgos que identifican la etapa son, por un lado, la globalización financiera¹² y la liberalización de la economía¹³¹⁴, lo que se manifiesta en la interconexión entre todas las plazas financieras con sus efectos de instantaneidad e inmediatez; por otro la aparición de intermediarios privados pertrechados de medios informativos que pueden operar en cualquier bolsa del mundo.

La simultaneidad de los procesos de globalización y regionalización¹⁵, propiedad que constituye una diferencia eminentemente cualitativa, tiene la virtud de

¹² La globalización financiera comporta la fusión progresiva de los sistemas financieros nacionales en un sistema global emergente. Este sistema consta de dos niveles: un mercado financiero global que aporta financiación a las empresas mayores a escala mundial, y la suma de los fondos en todo el mundo que constituyen el nivel local, y que canalizan cada vez más ahorros y dinero en efectivo hacia el primer nivel.

¹³ La liberalización de la economía ha de ser interna: política de privatización de empresas públicas, abolición del control de los precios, supresión o limitación de las subvenciones, liberalización de los mercados monetarios y financieros, liberalización del mercado de trabajo. La liberalización de la economía tiene que ser también externa: liberalización comercial a fin de responder a las "ventajas comparativas" (supresión de cupos y disminución de las tarifas aduaneras), liberalización financiera (abolición del control de cambios).

¹⁴ Salama, Pierre, 1990, *La economía gangrenada. Ensayos sobre la hiperinflación*, Siglo veintiuno editores, p. 29.

¹⁵ Hay dos tipos de regionalización: una ofensiva que levanta temporalmente barreras proteccionistas para robustecer las economías que asocian sus recursos con vista a conquistar mercados mundiales. Otro tipo es: la defensiva que levanta barreras proteccionistas para que sobrevivan ciertas industrias y actividades que no resistirían a la libre competencia internacional. El termino regionalización se emplea con dos diferentes significados. Uno de ellos es como proceso económico en el cual el comercio y la inversión dentro de una región crecen más rápidamente que el comercio y la inversión de la región con el resto del mundo. El segundo significado de la regionalización es de índole política. La regionalización consistirá de agrupaciones

diferenciarla sustancialmente de los procesos anteriores. Esta doble condición, hace que mientras el mundo se globaliza también se regionalice, debido a la apertura de los mercados, lo que determina que las empresas se concentren sobre su actividad principal, sobre los esfuerzos para paliar las amenazas de sus competidores, estrategia que se traduce en la conformación de nuevas instituciones destinadas a la protección regional.¹⁶

La regionalización es vista como una necesidad de la globalización, aunque simultáneamente sea un movimiento de integración de Estado-Nación. La regionalización puede ser una técnica de preservación de intereses “nacionales” por medio de la integración, pero siempre en el ámbito de la globalización. La dinámica de los intereses que expresan o simbolizan por medio de sus redes de comunicación, pueden estar presentes en muchos lugares, o incluso en todo el mundo.¹⁷

La globalización, designa la escala ampliada, la magnitud creciente, la aceleración y la profundización del impacto de los flujos y patrones transcontinentales de interacción social. Remite a un cambio o transformación en la escala de la organización humana que enlaza comunidades distantes y expande el alcance de las relaciones de poder a través de regiones y continentes de todo el mundo. Dado que una proporción sustancial de la población mundial está ampliamente excluida de los beneficios de la globalización, esta resulta ser un proceso profundamente divisivo. La irregularidad de la globalización impide que sea un proceso universal que se experimenta de forma uniforme en todo el planeta¹⁸.

A través del proceso de globalización, uno de los supuestos esenciales es que cada vez más naciones dependen de las condiciones mundiales, en términos de

bloques que se proponen a reducir las barreras intrarregionales al comercio y la inversión, cuyo incremento sería consecuencias de decisiones políticas. (<http://www.auladeeconomia.com/articulos3.htm>)

¹⁶ Aronson, Perla, 2007, *Notas para el estudio de la globalización*, Editorial Biblos, p. 26.

¹⁷ Ianni, Octavio, 1999, *La era del Globalismo*, Siglo Veintiuno Editores, p. 16.

¹⁸ Held, David & McGrew, Anthony, 2003, *Globalización/Antiglobalización: Sobre la reconstrucción del orden mundial*, Ediciones Paidós, p. 13.

las comunicaciones, el sistema financiero internacional y el comercio,¹⁹ promoviendo la desterritorialización²⁰²¹.

La globalización tiene como agentes fundamentales a las grandes empresas multinacionales²²²³, tanto financieras como no financieras, que se implantan en la mayor parte de los países, aumentando los flujos comerciales, de capitales y de tecnología entre unos y otros y haciendo que los mercados estén cada vez mas integrados y globalizados. Estas empresas son capaces de desarrollar la globalización porque una serie de descubrimientos tecnológicos y decisiones políticas les están permitiendo hacerlo existiendo ciertos factores que determina el proceso de globalización:

1. El desarrollo tecnológico: el desarrollo de nuevas tecnologías en el transporte y en las telecomunicaciones ha permitido que sus costes caigan de una manera espectacular.
2. La liberalización de los intercambios de bienes, servicios y capitales entre países, tanto a través de negociaciones multilaterales en el seno del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT²⁴ por sus

¹⁹ Reyes, Giovanni E, 2001, *Teoría de la Globalización: Bases fundamentales*, Revista Tendencias de la Facultad de Ciencias económicas y Administrativas Vol. II N° 1, p. 44.

²⁰ Aronson, Perla, 2007, *Notas para el estudio de la globalización*, Editorial Biblos, p. 13.

²¹ Algunos autores coinciden en que no existe un consenso en las ciencias sociales sobre el significado y alcance del término "globalización" el elemento fundamental para definirla está relacionado con los procesos de desterritorialización, aunque las diferentes definiciones de la globalización se refieren o toman como sinónimos a procesos como la internacionalización, la liberalización, la universalización o la occidentalización, lo verdaderamente distinto del proceso de globalización radica en la proliferación de relaciones supra territoriales.

²² Michael Porter utilizo el término globalización para diferenciar una empresa multinacional de otra global. La compañía multinacional es aquella que opera en un número determinado de países pero hace muy poco o ningún esfuerzo en unificar sus operaciones desde el punto de vista estratégico, mientras que la empresa global persigue una estrategia mundial en la que las distintas operaciones nacionales están totalmente coordinadas, desarrollando sinergias y haciendo que el conjunto tenga mayor valor que la suma de sus partes. Kenichi Ohmae, considera que la empresa global es aquella que ha abandonado su identidad nacional y que opera como una entidad sin patria en una escala mundial.

²³ Porter, E Michael, *La Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*, Grupo Editorial Patria, p. 18.

²⁴ El GATT, acrónimo de General Agreement on Tariffs and Trade es un acuerdo multilateral, creado en la Conferencia de La Habana, en 1947, firmado en 1948, por la necesidad de establecer un conjunto de normas comerciales y concesiones arancelarias, y está considerado como el precursor de la Organización Mundial de

siglas en ingles), de la Organización Mundial de Comercio (OMC²⁵), de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE²⁶) y del Fondo Monetario internacional (FMI²⁷), como por las decisiones unilaterales y bilaterales de las autoridades económicas de los países individualmente o de las áreas de integración en las que se encuentran inmersos.²⁸

Las empresas multinacionales tienen un peso decisivo en el comercio internacional no solo por el volumen que generan, sino también porque están cambiando radicalmente el patrón comercial internacional: desde uno basado en el comercio interindustrial tradicional en el que los países se especializan en determinados productos, en los que tienen ventajas comparativas²⁹ absolutas o relativas y los exportan, mientras que importan otros en los que o no tienen dichas ventajas o son necesarios para su consumo o como valor añadido a sus producción o a sus exportaciones, a otro patrón intraindustrial o intrafirma basado

Comercio. El GATT era parte del plan de regulación de la economía mundial tras la Segunda Guerra Mundial, que incluía la reducción de aranceles y otras barreras al comercio internacional.

²⁵ La Organización Mundial del Comercio conocida como OMC o, por sus siglas en inglés, WTO fue establecida en 1995. La OMC administra los acuerdos comerciales negociados por sus miembros (denominados Acuerdos Abarcados). Además de esta función principal, la OMC es un foro de negociaciones comerciales multilaterales; administra los procedimientos de solución de diferencias comerciales (disputas entre países); supervisa las políticas comerciales y coopera con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional con el objetivo de lograr una mayor coherencia entre la política económica y comercial a escala mundial.

²⁶ La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es una organización de cooperación internacional, compuesta por 34 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales.

²⁷ El Fondo Monetario Internacional o FMI (en inglés: International Monetary Fund, IMF) como idea fue planteado el 22 de julio de 1944 durante una convención de la ONU en Bretton Woods, New Hampshire, Estados Unidos; y su creación como tal fue en 1945. Sus estatutos declaran como objetivos principales la promoción de políticas cambiarias sostenibles a nivel internacional, facilitar el comercio internacional y reducir la pobreza.

²⁸ De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 24.

²⁹ Una ventaja comparativa es la ventaja que disfruta un país sobre otro en la elaboración de un producto cuando éste se puede producir a menor costo, en términos de otros bienes y en comparación con su coste en el otro país. Teoría desarrollada por David Ricardo (a principios del siglo XIX) cuyo postulado básico es que, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor.

cada vez en mayor medida en el comercio entre las empresas matrices y sus filiales en el extranjero.

El segundo aspecto en el que las multinacionales juegan un papel de enorme importancia para la globalización es como conducto de los flujos de inversión directa extranjera³⁰.

La tercera función de las multinacionales es la difusión de la tecnología alrededor del mundo.³¹

La globalización y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación poseen el potencial de alterar la forma en que las personas viven y trabajan. Si unos costes de comunicación pueden liberar a muchos individuos de tener que acudir a trabajar diariamente en las ciudades, los países más avanzados pueden iniciar un proceso de desaglomeración urbana.³²

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, muchas ciudades empezaran a perder empleo, especialmente en los servicios, en beneficio de otras áreas con menor congestión, mejor clima y entorno ecológico y precios del suelo más bajos, donde la demanda de trabajo aumentara, dando lugar a una descongestión de las grandes zonas urbanas.³³

La mundialización de los mercados de producción, o fuerzas productivas, tanto provoca la búsqueda de fuerza de trabajo barata en todos los rincones del mundo como promueve las migraciones en todas las direcciones. El ejercito industrial de trabajadores, activo y de reserva, se modifica y traslada, formando contingentes

³⁰ Krugman y Obstfeld (1999), la definen como los flujos internacionales de capital mediante los cuales una empresa de un país crea o amplía una filial en otro país. En ese sentido, las empresas transnacionales (ET) constituyen el mecanismo principal a través del cual se lleva a cabo la IED. (<http://www.eumed.net/eve/resum/06-10/egr.htm>)

³¹ De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 149.

³² *Ibíd.*, p. 131.

³³ *Ibíd.*, p. 132.

de desempleados más o menos permanentes, o subclases en escala global. Se desarrolla la globalización, que el mercado se mundializa y se expande la fábrica global...³⁴

La sociedad global se constituye en la época de la electrónica, dinamizada por los recursos de la informática. La sociedad global se muestra visible e incógnita, presente y presumible, indiscutible, fugaz, real e imaginaria. Ella está articulada por emisiones, ondas, mensajes, signos, símbolos, redes y alianzas que tejen los lugares y las actividades, los campos y las ciudades, las diferencias y las identidades, las naciones y las nacionalidades.

El mercado global crea la ilusión de que todo tiende a parecerse y armonizarse. “En todos lados, todo se parece cada vez más, a medida que la estructura de preferencias del mundo es presionada hacia un punto común homogeneizado.” En este nivel, la sociedad global es un universo de objetos, aparatos o equipos móviles.³⁵

Uno de los mayores problemas de la globalización es que mientras la integración de los mercados de bienes, servicios de tecnología y capitales progresa a fuerte ritmo, la de los mercados laborales no lo hace. Casi todos los factores de producción como el capital, la tecnología, las fábricas, los bienes de equipo, etc., se pueden trasladar de unos países a otros, lo único que queda realmente nacional es la mano de obra, que lo hace lentamente en el caso de la mano de obra más cualificada o no lo hace en la de baja cualificación.³⁶

Al respecto existen dos posiciones:

Una considera que la recuperación de la economía puede imputarse a los efectos benéficos de la globalización, cuyos efectos se traducen en crecimiento

³⁴ Ianni, Octavio, 1999, *La era del Globalismo*, Siglo Veintiuno Editores, p. 21.

³⁵ Ianni, Octavio, 1999, *La era del Globalismo*, Siglo Veintiuno Editores, p. 25.

³⁶ De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 28.

económico y disminución de la pobreza, como queda demostrado en los casos de países que han podido superar la precariedad integrándose a la economía mundial.

En contraste, la otra orientación suscribe la idea de que la internacionalización de los procesos productivos, lo mismo que el dinamismo de los flujos financieros y comerciales, afectan negativamente el orden mundial, puestos que sus actores principales, las empresas multinacionales, toman decisiones que solo persiguen concentrar la propiedad internacional, la extracción de ganancia a escala mundial, la valorización planetaria del capital y la formación de precios según las condiciones mundiales de producción; todas ellas pretenden maximizar los beneficios por medio de la optima localización de la producción, operaciones que se autonomizan y carecen de control³⁷.

La población mundial queda excluida de los beneficios del desarrollo económico. Hay una clara dislocación entre el discurso generalizado sobre la globalización y un mundo en el que, en su mayor parte, las rutinas de la vida cotidiana están dominadas por las circunstancias nacionales y locales³⁸.

Está lo que se ha dado en llamar dumping social de ciertos países pobres que están explotando su ventaja comparativa no solo de salarios bajos, sino de niveles de protección social inexistentes, de condiciones de trabajo muy duras y de horarios ilimitados.³⁹

La globalización se constituye en el elemento de mayor eficacia para explicar el tránsito del mundo desde un modelo basado en la industria y el trabajo a otro organizado en torno de la información y la capacidad de los distintos países para gobernarla y producirla. Su alcance planetario se hace depender de la potencia de

³⁷ Aronson, Perla, 2007, *Notas para el estudio de la globalización*, Editorial Biblos, p. 23.

³⁸ Held, David & McGrew, Anthony, 2003, *Globalización/Antiglobalización: Sobre la reconstrucción del orden mundial*, Ediciones Paidós, p. 16.

³⁹ De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 134.

las revoluciones tecnológicas y de la información, lo que coloca en un lugar preferente a las empresas transnacionales y a los científicos y profesionales, todo lo cual contribuye a configurar un nuevo patrón de desarrollo asentado esencialmente en el conocimiento.⁴⁰

El conocimiento ocupa un lugar destacado dada su capacidad para contribuir, como ningún otro factor productivo, al bienestar de los países y sus poblaciones.⁴¹

El desarrollo tecnológico de las comunicaciones permite que las empresas globales estén más integradas que nunca y que los mercados integren, a través de internet, a los consumidores y productores de todo el mundo. La tecnología ha permitido asimismo, un desarrollo, hasta ahora desconocido, de los mercados financieros ya que ayuda a aumentar, de forma extraordinaria, la rapidez de las transacciones y su compensación y liquidación.⁴²

La integración creciente de los mercados, derivada de la globalización, ha traído consigo la desintegración del proceso productivo, en el que las actividades de producción de bienes y servicios realizadas en terceros países se combinan con las que son realizadas en cada país. Las empresas encuentran beneficioso deslocalizar volúmenes crecientes del proceso productivo a otro lugar, ya que pueden formar parte del proceso productivo en su país y parte en otros de acuerdo con las ventajas comparativas de cada uno. A este proceso se le llama de especialización vertical, mediante el cual diversos países se especializan en distintas fases de la cadena de valor. La deslocalización está basada, en actividades intensivas en mano de obra pero abarca cada vez más a otras actividades.⁴³

⁴⁰ Aronson, Perla, 2007, *Notas para el estudio de la globalización*, Editorial Biblos, p. 18.

⁴¹ *Ibíd.*, p. 71.

⁴² De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 30.

⁴³ *Ibíd.*, p. 107.

El proceso de creciente globalización está trayendo consigo dos tipos de tendencias en lo que se refiere al mundo cultural. Por un lado, como señala Tom Friedman, la globalización tiende, a la norteamericanización. La influencia de los medios de comunicación norteamericanos es cada vez mayor en todos los países del mundo, especialmente en la televisión: las películas estadounidenses, las noticias estadounidenses, CNN, NBC, las series televisivas, las cadenas musicales, los anuncios de las grandes marcas norteamericanas, etc.

El desarrollo de la red internet esta siendo un arma dominada por el idioma inglés y desarrollado por E.U. y en la que una buena parte de los portales y los buscadores son norteamericanos. Es decir la industria de contenidos y la de medios e instrumentos de comunicación son predominantemente norteamericanos, desde AOL-Time Warner a Disney, desde Microsoft a Viacom a Yahoo y Google. Etc. ⁴⁴

La estrategia que debe desplegar la economía en condiciones de movimientos continuo y difuminación de las fronteras configura un escenario en cuyo marco los capitales persiguen los mejores productos y los más altos retornos de la inversión realizada, sin tomar en consideración su proveniencia. Estimulados por la cibernética, la tecnología y las comunicaciones, las formas de hacer negocios y los modos de interacción entre las personas sufren profundas modificaciones que son, las que erigen las bases para la creación de riquezas.

El nuevo entorno, al que Ohmae denomina “continente invisible”⁴⁵⁴⁶ se vincula estrechamente con dos acontecimientos que operan como ilustración de la nueva situación: el lanzamiento del sistema operativo Windows y la creación de la

⁴⁴ De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 324.

⁴⁵ La invisibilidad consiste en el perpetuo movimiento y la atenuación de las fronteras pese a que las actividades de intercambio de bienes y servicios sigan desarrollándose tradicionalmente. A la par, da cuenta de una exacerbación del dinamismo de los capitales ayudados por la dimensión cibernética, cuyos descubrimientos tecnológicos y comunicacionales determinan una nueva forma de hacer negocios y de relacionarse personalmente. La economía reconfigurada estimula la capacidad financiera y establece bases nuevas para la generación de riquezas.

⁴⁶ Ohmae, Kenichi, 2005, *El Próximo Escenario Global*, Wharton School Publishing, p.29.

cadena de noticias CNN, las que ejemplifican la competencia para transponer límites y operar a escala mundial.⁴⁷

Es la internet la que más ha contribuido en los últimos años a crear el escenario propicio para una "economía virtual", afectando significativamente con ello a las operaciones de mercados específicos⁴⁸.

Las naciones, los pueblos y las organizaciones están enlazados, por muchas formas nuevas de comunicación que trascienden las fronteras. La revolución digital en tecnología de la información y en ordenadores ha establecido vínculos a escala mundial virtualmente simultáneos, que en combinación con las tecnologías de la telefonía, la televisión, el cable, el satélite y el transporte aéreo, han alterado profundamente la naturaleza de la comunicación política. Se ha quebrado la íntima conexión entre emplazamiento físico, situación social y política que distinguía a la mayoría de las asociaciones desde los tiempos pre modernos a los modernos.

El desarrollo de los nuevos sistemas de comunicación genera un mundo en que las particularidades de lugar y la individualidad son constantemente representadas y reinterpretadas por las redes de comunicación regional y global.⁴⁹

Esta globalización mediática está facilitada por dos elementos fundamentales: Por el tecnológico y por los gobiernos, que están poco a poco privatizando y desregulando la actividad de sus medios de comunicación.

Esta desregulación y privatización unida al cambio tecnológico creciente está haciendo que se multiplique el número de empresas mediáticas en todo el mundo.⁵⁰

⁴⁷ Aronson, Perla, 2007, *Notas para el estudio de la globalización*, Editorial Biblos, p. 24.

⁴⁸ Reyes, Giovanni E, 2001, *Teoría de la Globalización: Bases fundamentales*, Revista Tendencias de la Facultad de Ciencias económicas y Administrativas Vol. II Nº 1, p. 49.

⁴⁹ Held, David & McGrew, Anthony, 2003, *Globalización/Antiglobalización: Sobre la reconstrucción del orden mundial*, Ediciones Paidós, p. 30.

⁵⁰ De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial, p. 324.

Junto con la expansión de las empresas, corporaciones y conglomerados transnacionales, articulada con la nueva división transnacional del trabajo y la emergencia de las ciudades globales, se verifica la declinación del Estado-Nación, ya que el Estado-Nación comienza a ser obligado a compartir o aceptar decisiones y directrices provenientes de centros de poder regional y mundial.⁵¹

La nueva división transnacional del trabajo incluye la redistribución de empresas, corporaciones y conglomerados en todo el mundo.

Se conforma una cadena mundial de ciudades globales que pasan a ejercer un papel crucial en la generalización de las fuerzas productivas y en las relaciones de producción dentro de los moldes capitalistas, así como en la polarización de estructuras globales de poder. Al mismo tiempo se da una reestructuración de empresas, grandes, medianas y pequeñas, de acuerdo con la exigencia de la productividad, agilidad y capacidad de innovación abiertas por la ampliación de los mercados en los ámbitos nacional, regional y mundial. La flexibilización de los procesos de trabajo y de producción, un modelo más sensible a las nuevas exigencias del mercado mundial que combina productividad, capacidad de innovación y competitividad. La nueva división transnacional del trabajo y de la producción implica otras y nuevas formas de organización social y técnica del trabajo, de movilización de la fuerza de trabajo, cuando se combinan trabajadores de distintas categorías y especialidades para formar al trabajador colectivo desterritorializado.⁵²

El Estado moderno esta cada vez mas sumido en redes de interconexión regional y global penetradas por fuerzas supranacionales, intergubernamentales y transnacionales y que es incapaz de determinar su propio futuro.

Estos desarrollos desafían tanto a la soberanía como a la legitimidad de los Estados. Desafían a la soberanía porque la autoridad política de los Estados se ve

⁵¹ Ianni, Octavio, 1999, *La era del Globalismo*, Siglo Veintiuno Editores, p. 16.

⁵² *Ibidem*, p. 13.

desplazada y comprometida por los sistemas regionales y globales de poder, ya sean políticos, económicos o culturales. Desafían a la legitimidad del Estado porque, con la mayor interdependencia regional y global, los estados no pueden suministrar bienes y servicios fundamentales a sus ciudadanos sin la cooperación internacional y aun esta última puede resultar bastante inadecuada frente a problemas globales, que pueden escapar a la regulación política.⁵³

Los rasgos más importantes de la globalización se pueden resumir en los puntos siguientes:

1. Los sistemas de comunicación global adquieren una creciente importancia en la actualidad, gracias a lo cual las naciones, grupos sociales y personas están interactuando de manera más fluida, tanto dentro, como entre las naciones.
2. Pese a que los sistemas más avanzados de comunicación se concentran en las naciones más desarrolladas, estos hacen sentir sus efectos en las naciones menos avanzadas. Esta situación permite que grupos marginales de los países más pobres, puedan comunicarse e interactuar dentro del contexto global, usando las nuevas tecnologías y, por consiguiente, pueden integrarse con la "aldea global"⁵⁴, que representa el actual escenario de las comunicaciones y los intercambios comerciales y financieros.
3. Con relación a las actividades económicas, los nuevos avances tecnológicos en las comunicaciones son cada vez más accesibles a las pequeñas y medianas empresas locales. Esta situación está creando un entorno completamente nuevo para las transacciones económicas, utilizando recursos productivos, equipos, intercambio de productos y las ventajas de los "mecanismos monetarios virtuales". Desde la perspectiva

⁵³ Held, David & McGrew, Anthony, 2003, *Globalización/Antiglobalización: Sobre la reconstrucción del orden mundial*, Ediciones Paidós, p. 36.

⁵⁴ Aldea global es un término acuñado por el filósofo canadiense Marshall McLuhan, como expresión de la exponencialmente creciente interconectividad humana a escala global generada por los medios electrónicos de comunicación.

cultural, los nuevos productos informáticos están unificando los modelos de comunicación alrededor del mundo.

4. El concepto de minorías dentro de los diferentes países está siendo afectado por los modelos de comunicación. A pesar de que las minorías pueden no estar completamente integradas a los nuevos circuitos de comunicación, éstas son influenciadas por hecho de que los sectores de mayor poder económico y político hacen parte de esta integración a nivel mundial. En últimas, son las élites económicas y políticas, las que siguen tomando las decisiones en los países en desarrollo.⁵⁵

⁵⁵ Reyes, Giovanni E, 2001, *Teoría de la Globalización: Bases fundamentales*, Revista Tendencias de la Facultad de Ciencias económicas y Administrativas Vol. II N° 1, p. 46.

CAPÍTULO 2. LA BRECHA DIGITAL Y LA BRECHA COGNITIVA.

Históricamente la creación y aplicación de la tecnología han proporcionado ventajas competitivas⁵⁶. Los grupos sociales que han aprovechado estas ventajas en beneficio de sus integrantes, han adquirido un nivel de desarrollo material e intelectual que los separa de otros grupos sociales menos privilegiados. Esta “Brecha tecnológica” se da desde los primeros albores de organización humana creando polos de dominio e inclusive opresión entre aquellos que manejan y tienen acceso al desarrollo tecnológico y aquellos que no lo tienen.

Una versión moderna de “Brecha tecnológica” es la “Brecha Digital” que está relacionada con las limitaciones de acceso y aplicación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC)⁵⁷: telecomunicaciones e informática.

Con la popularización de las computadoras personales se inicia una nueva época en el uso de la tecnología, no porque se emplean tecnologías que no se habían utilizado hasta entonces a nivel general, si no porque por vez primera las personas tienen acceso a ellas desde los diferentes lugares en los que transcurre su vida diaria.

En los años noventa un nuevo producto de la tecnología computacional hace su aparición y esta es internet; aunque no es la primera red que se crea, antes de ella había surgido redes locales como Arpanet entre otras. El valor de internet estriba en que con ella se establece una serie de protocolos de comunicación que permite que la mayoría de las computadoras se conecten entre sí, lo cual facilita la

⁵⁶ Ventaja Competitiva es un concepto desarrollado por Michael E. Porter que busca enseñar cómo la estrategia elegida y seguida por una organización puede determinar y sustentar su suceso competitivo.

⁵⁷ Las TIC deberán entenderse como todas aquellas que, basadas en el principio digital, sirvan para transmitir, almacenar y difundir información.

comunicación y la posibilidad de que las personas hagan búsquedas de información ellas mismas, sin depender de un intermediario.⁵⁸

El desarrollo acelerado de las telecomunicaciones e informática en la segunda parte del siglo pasado y el surgimiento y proliferación de internet en la década pasada, “digitalizaron” a la sociedad influenciando prácticamente todos los campos del quehacer humano.⁵⁹

Internet es un poderoso medio de comunicación bidireccional. El surgimiento y penetración de internet constituye uno de los desarrollos tecnológicos más significativos del siglo pasado. Sin embargo, los beneficios de esta herramienta han sido aprovechados por un número reducido de la población mundial y en donde internet ha experimentado un crecimiento explosivo en los últimos años.

Al ritmo con que surgen las innovaciones tecnológicas, se acentúa la separación y crece la disparidad entre países pobres y ricos.⁶⁰

Para algunos las TIC eran la condición de progreso y aparecían como fin último de las sociedades. No había opción: los ciudadanos deberían estar en contacto con ellas y usarlas para ganar su pase de acceso a la modernidad e incluso a la democracia.

El rápido avance de la tecnología ha contribuido a una división más profunda entre zonas de progreso y retraso. La dinámica globalizadora del capitalismo se ha arraigado de manera tal que a mediano plazo no se ve por donde pueda cortarse sus efectos nocivos de desigualdad, polarización y miseria ni como impedir que los pobres estén cada vez más alejados de los beneficios socioeconómicos básicos.⁶¹

⁵⁸ Rodríguez Gallardo, Adolfo, 2005, *Tecnologías de la información y Brecha digital en México 2001 – 2005*, Universidad Nacional Autónoma de México, p. 1.

⁵⁹ Serrano Santoyo, Arturo y Martínez Martínez, Evelio, 2003, *La brecha digital: Mitos y Realidades*, Universidad Autónoma de Baja California, p. 1.

⁶⁰ *Ibídem*, p. 4.

⁶¹ *Ibídem*, p. 11.

Existe una gran diferencia en el acceso a los recursos de la red, pero también que la discrepancia no se debía a un mero problema tecnológico, sino a la existencia de una serie de iniquidades previas a las TIC y a que el acceso a estas solo pone de manifiesto las diferencias salariales, de género, de educación y de edad, que son determinantes también en relación con otras tecnologías y no exclusivas de las TIC.

Lo que ha preocupado a la sociedad es que mediante el uso de las tecnologías de información se tiene acceso a la educación y en general a una comunicación más rápida y a información más actualizada de todo tipo; el hecho de que solo una parte de la sociedad tenga acceso a esos beneficios pone en una situación de desventaja a la otra y amplía la brecha existente entre los grupos sociales e impacta el desarrollo individual, pues quienes tiene acceso a las tecnologías estarán en posibilidad de tener un mejor y más acelerado desarrollo personal que les permitirá abordar el conocimiento de mejor forma.⁶²

La posibilidad de capturar, manipular y transmitir información no solo oxigenaba a un capitalismo que cada vez mas destruía fronteras y debilitaba gobiernos regionales, sino también abría nuevos senderos para la educación, la democracia y aun la seguridad de los ciudadanos. La información como nuevo factor de producción y de riqueza no tenía las limitantes del capital o la tierra.⁶³

El impacto de las nuevas tecnologías es amplio. Va desde cambios en la vida personal, el trabajo y la cultura, hasta la propia estructura del capitalismo. Es claro hoy que el capitalismo ha entrado a una nueva era y que esta marcará, necesariamente, las nuevas relaciones económicas y de poder. La globalización avanza de la mano con el desarrollo de las TIC.

⁶² Rodríguez Gallardo, Adolfo, 2005, *Tecnologías de la información y Brecha digital en México 2001 – 2005*, Universidad Nacional Autónoma de México, p. 3.

⁶³ Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 17.

Las nuevas tecnologías han penetrado en la vida cotidiana en el desempeño del trabajo, en la producción de bienes y en la educación.⁶⁴

Las TIC determinan, cambios en los procesos productivos, estos se manifiestan de dos maneras: las llamadas duras y blandas. Por tecnologías duras debe entenderse aquellas que se expresan en instalaciones, equipos o materiales, las que se han apoyado fundamentalmente en el desarrollo de la microelectrónica, la química, la biotecnología, las comunicaciones y los nuevos materiales. Usualmente se originan en los países desarrollados y se exportan a países con menos desarrollo. Las tecnologías blandas también llamadas organizacionales o de gestión, se refieren a la manera en cómo se reestructura la organización de la producción y el trabajo, como se conjugan los factores productivos en un sentido amplio, que incluye muy especialmente el conocimiento.

Alrededor de la producción de bienes o la prestación de servicios, existe un complejo informático, que hace posible el llamado “tiempo real”, sin el cual no sería posible el control de flujos o inventarios con la velocidad que hoy se requiere. La globalización es entonces necesariamente digital, y esto es lo que la hace distinta de otras formas de expansión del capital. Así, la discusión sobre si la globalización es un proceso nuevo o la nueva cara de uno mismo, se aclara cuando se considera que ninguna otra expresión del capitalismo, se había fincado sobre el digitalismo. Esta nueva forma de producción, esta nueva concepción del trabajo plantea también la discusión de si profundiza la enajenación o por el contrario, se abren espacios para una nueva participación de los trabajadores; es decir si se camina de una organización que desperdicie las potencialidades humanas, para pasar a otras que las descubre.⁶⁵

En esta etapa actual, el capital financiero se ha transformado en internacional y digital y por ello se le ha denominado capitalismo del conocimiento. En esta fase,

⁶⁴ Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 47.

⁶⁵ *Ibíd*em, p. 54.

está sustituyendo los mercados por las redes y las nuevas materias primas, no son solamente los datos. Se trata de una nueva economía de conocimientos⁶⁶ en donde los mercados, el dinero y el capital ya son digitales y se convierten en paquetes de datos, de información y de conocimiento.⁶⁷

En la nueva fase de la competencia importará el capital, pero sobre todo la información en el momento oportuno. En esta fase del capitalismo, donde vale más la competitividad positiva (ampliación de los mercados) por sobre la competitividad negativa (destrucción del competidor), la tecnología juega un papel vital, tanto en competencia como en producción: información y conocimiento son las variables decisivas en la productividad y en la competitividad. Pero con conocimiento y tecnología y sin capital, se puede llegar a generar bastante capital, en cambio, con capital, pero sin tecnología y conocimiento se pierde ese capital.⁶⁸

La globalización permite apreciar de manera más clara las marcadas desigualdades internacionales, permite ver también a la economía mundial como un campo esencialmente desnivelado cuyas características son la concentración de capital y la generación de tecnología en los países desarrollados.⁶⁹

Muchas empresas regalan hoy el producto, pues verdaderamente de donde obtienen beneficios es del cobro del servicio. Así operan las industrias de las tecnologías de la información y comunicación, pues, en la economía en forma de red prima más el servicio que el producto.

⁶⁶ La Economía del conocimiento o Economía Basada en Conocimiento (EBC) se caracteriza por utilizar el conocimiento como elemento fundamental para generar valor y riqueza por medio de su transformación a información. En las últimas décadas, la inversión en capital intangible ha crecido considerablemente incluso en mayor medida que el capital tangible (maquinaria, materias primas, etc.)

⁶⁷ Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 56.

⁶⁸ Castells, Manuel, *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*, La factoría N° 7, <http://lafactoriaweb.com/articulos/castells7.htm>

⁶⁹ Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 81.

En la nueva era lo estimable son las formas intangibles de poder que se presentan en paquetes de información y en activos intelectuales. El hecho es que se avanza en la desmaterialización de los productos físicos que durante largo tiempo fueron la medida de la riqueza en el mundo industrial. Se converge hacia la constitución de una economía de la información⁷⁰ o el transito del capitalismo industrial de la propiedad al capitalismo de la información digital o del acceso, donde cualquier experiencia humana queda mercantilizada y donde el gran producto económico va a ser la información electrónica.⁷¹

El lugar de los viejos gigantes de la era industrial (Exxon, General Motors, USX y Sears) está siendo ocupado por los nuevos gigantes del capitalismo cultural (Viacom, Time Warner, Disney, Sony, Seagram, Microsoft, News Corporation, General Electric, Bertelsmann, A.G y Polygram). Estas compañías mediáticas multinacionales utilizan la nueva revolución digital que se produce en las comunicaciones para conectar al mundo y en ese proceso tiran de la esfera cultural de manera inexorable para meterla en la esfera comercial donde se mercantiliza en forma de experiencias culturales preparadas para sus clientes, espectáculos comerciales de masas y entretenimiento u ocio personalizado.⁷²

2.1 ¿Qué es la Brecha Digital?

La brecha digital se define como la separación que existe entre las personas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas.

⁷⁰ La Economía de la Información es una rama de la microeconomía que estudia tanto el efecto de la información (asimetrías, información perfecta, etc.) sobre el comportamiento agregado como el comportamiento de los modelos microeconómicos convencionales cuando el bien producido/demandado/intercambiado es un bien informacional.

⁷¹ San Segundo, Rosa., *La información electrónica como articulación del capitalismo*, Revista Binaria. <http://www.vem.es/binaria>

⁷² Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 57.

Puede ser definida en términos de la desigualdad de posibilidades que existen para acceder a la información, al conocimiento y la educación mediante las TIC. Es un reflejo de una combinación de factores socioeconómicos y en particular de limitaciones y falta de infraestructura de telecomunicaciones e informática.⁷³

Estamos en un modo de desarrollo informacional, donde el conocimiento se convierte en la principal fuente de productividad⁷⁴ donde información, tecnología, capacidad de gestión y procesamiento: esta es la base para la creación de productividad y competitividad. Eso es una herramienta de empleo⁷⁵ y mientras que la quinta parte de la población mundial esta emigrando hacia el ciberespacio y hacia las relaciones de acceso, el resto de la humanidad está todavía atrapada en un mundo de escasez física.⁷⁶

La mayor parte de los habitantes del planeta viven al otro lado de las puertas electrónicas, en un mundo de pobreza y desesperación, en el que cada día no tiene más objeto que las propias supervivencias. En una era en la que la quinta parte de la población mundial, la más rica, deja atrás la propiedad en busca de experiencias culturales y realización personal, el resto apenas tiene pertenencias y aun ansía poder adquirirlas.⁷⁷

La expresión brecha digital se refiere en primera instancia a la distancia que separa a individuos y a sociedades con relación al uso de las nuevas tecnologías.⁷⁸

⁷³ Serrano Santoyo, Arturo y Martínez Martínez, Evelio, 2003, *La brecha digital: Mitos y Realidades*, Universidad Autónoma de Baja California, p. 8.

⁷⁴ Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 55.

⁷⁵ *Ibíd*em, p. 59.

⁷⁶ *Ibíd*em, p. 88.

⁷⁷ Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 90.

⁷⁸ *Ibíd*em, p. 93.

La tecnología está actualmente haciendo algunas cosas que antes no fueron imaginadas y le están dando a la gente la oportunidad de hacer cosas distintas, hacer proyectos y gastar su tiempo de forma que pueda mejorar su condición social. Pero esto sucede en los países desarrollados. En el llamado tercer mundo, la tecnología prácticamente no existe para las mayorías.⁷⁹

Un hecho indudable es que las TIC benefician en primera instancia a los países privilegiados, a aquellos que tienen la educación y los recursos para adquirir la tecnología y las habilidades para usarlas. Las TIC pueden exacerbar las inequidades existentes ya que pueden conducir a unos pocos a empleos mejor pagados y a mejores oportunidades. Al mismo tiempo, las compañías con los recursos suficientes para aprovechar las ventajas de las TIC, son por lo general grandes compañías o ramas de multinacionales extranjeras. Estas compañías están permanentemente reduciendo costos internos y coordinando operaciones y oficinas dispersas, lo que conduce a derrotar o a comprar a sus competidores más débiles.⁸⁰

La exclusión de vastos sectores de la sociedad al acceso no ya de medios de información digital sino de fuentes de trabajo y salarios justos, de vivienda digna, de protección médica y educación básica, es la cruel realidad con la cual hoy se tienen que enfrentar los gobernantes de muchos países.⁸¹

La Unión Internacional de Telecomunicación (ITU, 2003), menciona que la brecha digital está fundada en aspectos de acceso pero también en los relacionados con el uso de las TIC. Existen tres tipos de brecha digital: la de acceso, basada en la diferencia entre las personas que pueden acceder y las que no a las TIC; la de uso, basada en las personas que saben utilizarlas y las que no; y las de la calidad

⁷⁹ *Ibíd.*, p. 94.

⁸⁰ *Ibíd.*, p. 96.

⁸¹ Flores Simental, Raúl, 2008 *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, p. 98.

del uso, basadas en las diferencias de los mismos usuarios.⁸² Así el concepto de brecha digital incorpora los enfoques de infraestructura, capacitación y uso de los recursos.

2.2 Internet y la Barrera del Idioma.

Internet ha sido en buena medida idealizado como la tecnología que unirá al mundo entero mediante la magia de las computadoras. Pero en muchos sentidos se ha convertido en una nueva forma de apartheid⁸³ electrónico que abarca más que cualquier otra forma de discriminación. Uno de los factores excluyentes de las grandes mayorías es el idioma. Quien no lea, hable o escriba en inglés, esta fuera del juego, es segregado, exiliado y enviado a los guetos del español, el hindi, el francés, el mandarín y las otras lenguas con una baja representación en la red.⁸⁴

2.3 México y la Brecha Digital.

El problema de acceso a TIC no solo implica una Brecha digital en México y otros países, sino un rezago digital al interior del país, marcado por una desigualdad en el desarrollo de las TIC en la sociedad. La evidencia indica que las brechas digitales se deben a diferencias culturales, de edad e ingresos, entre otros.⁸⁵

El bajo acceso se explica por la combinación de factores, como son una falta de capacitación en el uso de tecnologías, el rechazo cultural a estas herramientas y la carencia de beneficios específicos. Si bien la edad explica algunos de los rezagos

⁸² Tello Leal, Edgar, 2008, *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*, Universitat Oberta de Catalunya, p.4.

⁸³ Por extensión se denomina "apartheid" a cualquier tipo de diferenciación social dentro del contexto de una nación, mediante la cual un sector de la población tiene plenos derechos y otro sector se relega a un status de marginalidad.

⁸⁴ Gumusio-Dagron, Alfonso, 2009, *¿Hay democracia en la Red?*, Revista Etcétera núm. 106, Agosto 2009, p. 20- 21.

⁸⁵ Tello Leal, Edgar, 2008, *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*, Universitat Oberta de Catalunya, p.5.

en la adopción de TIC, el nivel socioeconómico, relacionado con el estilo de vida y los ingresos mensuales, es el mayor determinante de la brecha digital. La brecha digital en México es enorme, la población de menores ingresos que utilizan TIC está muy por debajo de la media poblacional.

La brecha digital en México no solo afecta a la población general. De hecho, la razón por la cual es tan grande la brecha entre las personas es que no tienen incentivos para utilizar la tecnología, puesto que ni siquiera en su lugar de trabajo las TIC son parte de las herramientas que se utilizan cotidianamente.

Entre los problemas relacionados con la baja penetración de las TIC en las empresas, destacan: la regulación del sector de telecomunicaciones, las tarifas que se cobran por el uso de la banda ancha⁸⁶, los tamaños desiguales de las empresas y la falta de financiamiento para adquirir equipos de cómputo. En este sentido, los mismos síntomas que muestran los hogares, surgen en las empresas. Por ello, hay una profunda brecha digital de TIC en las empresas mexicanas comparadas con otros países. Además, tal brecha es variable y depende del tamaño de la empresa, de los sectores económicos en donde operan las empresas y de las zonas geográficas del país.⁸⁷

2.4 Brecha Cognitiva.

La brecha cognitiva acumula los efectos de las distintas brechas en los principales ámbitos constitutivos del conocimiento, el acceso a la información, la educación, la investigación científica, la diversidad cultural y lingüística, etc. La brecha cognitiva apunta a una sociedad donde los conocimientos empiezan a ser parte del dominio

⁸⁶ El ancho de banda se define como la capacidad necesaria para acceso a internet. El ancho de banda está relacionado a la velocidad y eficiencia con que se trabaja en internet.

⁸⁷ Tello Leal, Edgar, 2008, *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*, Universitat Oberta de Catalunya, p.6.

de solo un segmento de la sociedad, mientras que la mayoría se encuentran excluidas del mismo generando conflictos y mayor inequidad.⁸⁸

Las nuevas formas de estructuración social a partir del conocimiento y del aprendizaje enfatizan la importancia de la generación, de la transmisión y de la transferencia del conocimiento. Las sociedades del conocimiento son las organizaciones y las personas que se enfrentan a la necesidad de gestionar la información de manera eficiente. La desproporción entre el volumen creciente de información a la que se tiene acceso y la escasa disponibilidad de conocimiento, expone a las organizaciones e individuos a un mayor riesgo de caer en la brecha cognitiva.⁸⁹

Aunque se inviertan recursos para ampliar la infraestructura de acceso a la red, no es lo mismo una sociedad cableada, en la que se dispone de condiciones de conectividad, que una sociedad preparada para acceder, evaluar y aplicar la información.

La transición hacia las sociedades del conocimiento se basa en la necesidad de adquirir nuevas capacidades cognitivas y competencias prácticas a lo largo de toda la vida. La ventaja acumulativa de la posesión del conocimiento genera una nueva brecha.

Los que tiene acceso al saber multiplican su capacidad para seguir adquiriendo conocimientos. A la inversa, los marginados de las sociedades del conocimiento son víctimas de un círculo vicioso, porque su déficit de conocimientos agrava aun más las dificultades de adquirirlo.⁹⁰

⁸⁸ *Ibíd*em, p.2.

⁸⁹ *Ibíd*em, p.5.

⁹⁰ Tello Leal, Edgar, 2008, *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*, Universitat Oberta de Catalunya, p.5.

CAPÍTULO 3. EL MERCADO DIGITAL.

En el capitalismo no solo puede ser transformada toda obra cultural en mercancía, sino que además, es directamente y desde su origen concebida y producida bajo una forma mercantil.⁹¹

El proceso de transición que estamos viviendo, hacia una sociedad basada en la información y el conocimiento, está provocando profundas transformaciones tanto de las estructuras económicas tradicionales como de nuestras formas de vida.

Y esta transformación proviene de muchas tecnologías: informática, bases de datos, teléfonos móviles, satélites de telecomunicaciones, televisión digital, realidad virtual, tecnologías multimedia, internet, etc.

Los medios masivos de comunicación en conjunción con los ordenadores están consolidando un tipo de sociedad, caracterizada como sociedad de la información⁹², que está modificando profundamente los límites espacio-temporales con los que hasta ahora hemos pensado el mundo, originando con ello profundos cambios de percepción y perspectiva cultural.⁹³

Banda ancha⁹⁴, teléfonos móviles, MP3⁹⁵, el principal efecto de todas estas formas de conexión es el acceso directo e ilimitado a la cultura tanto de forma legal como ilegal y a los contenidos de todo tipo, desde las tendencias generales de la sociedad hasta los movimientos clandestinos más marginales.

⁹¹ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruza la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 115.

⁹² Es aquella en la cual las tecnologías que facilitan la creación, distribución y manipulación de la información juegan un papel importante en las actividades sociales, culturales y económicas.

⁹³ Alonso, Rodrigo, 2003, *Revistas Parabólica: Cultura Electro digital*, Junio, p.18.

⁹⁴ Se conoce como **banda ancha** en telecomunicaciones a la transmisión de datos por la cual se envían simultáneamente varias piezas de información, con el objeto de incrementar la velocidad de transmisión efectiva.

⁹⁵ MPEG-1 Audio Layer III o MPEG-2 Audio Layer III, más comúnmente conocido como MP3, es un formato de compresión de audio digital patentado que usa un algoritmo con pérdida para conseguir un menor tamaño de archivo. Es un formato de audio común usado para música tanto en ordenadores como en reproductores de audio portátil.

La música es uno de los soportes fundamentales de la industria cultural y de sus tendencias globalizadoras, en la medida en que es una pieza medular dentro del gran mercado audiovisual. Comprender la dinámica estructural del consumo musical implica también considerar la creciente importancia del papel que juega la música como objeto económico en la industria del entretenimiento.

De esta manera las nuevas tecnologías han afectado a la manera en que la música incide en la organización social, desde los tradicionales clubes de melómanos a los blogs, chats y sitios en internet en los que los gustos musicales son un componente crucial de los perfiles que atraen a la gente a relacionarse con sus congéneres, los cuales pueden vivir a la vuelta de la esquina o a veinte mil kilómetros al otro lado del mundo.⁹⁶

3.1 La democratización de la producción, distribución y consumo en la era digital.

Antes de la revolución industrial, la mayor parte de la cultura era local, la economía era agraria, con poblaciones distribuidas tan ampliamente que la tierra y la distancia separaban a las personas. La cultura estaba fragmentada y creaba todo, desde el acento regional hasta la música popular. La falta de medios rápidos de comunicación y transporte limitaba la mezcla cultural y la propagación de las nuevas ideas y tendencias. Era una forma primitiva de la cultura de nicho⁹⁷, determinada por la geografía más que por la afinidad.⁹⁸

A comienzos del siglo XIX, la era de la industria moderna y el crecimiento del sistema ferroviario condujeron a una oleada de urbanización y al crecimiento de las grandes ciudades de Europa. Estos nuevos emporios del comercio y los medios de transporte más modernos mezclaron repentinamente a las personas y

⁹⁶ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa editorial, p. 23.

⁹⁷ Un nicho de mercado es un término utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

⁹⁸ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail: De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 41.

crearon un poderoso motor de la nueva cultura. Todo lo que se necesitaba eran medios de comunicación masiva.

Desde mediados hasta fines del siglo XIX, surgieron varias tecnologías que se encargaron precisamente de eso. En primer lugar, la tecnología de la impresión comercial mejoro y se popularizo. Luego surgió la nueva técnica de la placa húmeda que permitió la fotografía. Finalmente, en 1877, Edison invento el fonógrafo. Estas tecnologías condujeron a la primera gran oleada de cultura popular, con los periódicos y revistas ilustradas, las novelas, las partituras musicales impresas, los panfletos políticos, las postales, las tarjetas de felicitación, los libros infantiles y los catálogos comerciales.

Estos poderosos transmisores de cultura tenían el efecto de conectar a las personas a través del tiempo y el espacio y sincronizaron la sociedad.⁹⁹

Cuando comenzó el siglo XXI, la industria de la música, gozaba de todo su poder. El rotundo éxito comercial de la música pop, mostro que la industria había tomado muy bien el pulso de la cultura juvenil los sellos discográficos finalmente habían perfeccionado el proceso de fabricación de los discos más populares y ahora sus departamentos de marketing podían predecir y crear la demanda con precisión científica.

La industria había descifrado el código comercial. Habían encontrado la fórmula secreta del éxito comercial, que en un análisis retrospectivo parece muy obvia: vender jóvenes viriles a mujeres jóvenes. Lo que había surtido efecto con Elvis Presley ahora se podía reproducir en una escala industrial. Todo se basaba en el aspecto y una personalidad definida. Los sellos discográficos tenían buenas razones para sentirse seguros. Los aficionados acudían en masa a las tiendas de

⁹⁹ Attali, Jacques, 1995, *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*, Siglo Veintiuno Editores, p. 32.

discos. Entre 1990 y 2000, las ventas de álbum se duplicaron, con el ritmo de crecimiento más rápido en la industria de la música.¹⁰⁰

La economía del consumidor es un sistema controlado por el productor, en el cual los consumidores no son más que fuentes de energía que metabolizan el contenido transformándolo en dinero. Este es el resultado del poder absoluto ejercido por los productores sobre los consumidores desde que los primeros ganaron la revolución industrial.¹⁰¹

Hoy la línea tradicional entre productores y consumidores se ha borrado. Los consumidores también son productores. Algunos empiezan desde cero; otros modifican las creaciones de los demás mezclándolas en un sentido literal o figurado. En el mundo de los blogs, hablamos de la ex audiencia, lectores que han pasado de consumidores pasivos a productores activos; comentan y escriben blogs en respuesta a los medios de comunicación convencionales. Otros solo contribuyen al proceso con sus comentarios amplificadas por internet.

En las dos últimas décadas los usuarios (consumidores y productores) o nodos¹⁰² se comunican para encontrarse presencialmente o cambiar sus repertorios, que representan la personalidad de cada usuario, mientras que otras van expandiendo el acceso en redes de gente totalmente desconocida con las tecnologías de canje entre pares (P2P)¹⁰³ o combinando tecnologías virtuales y materiales con la descarga de los fonogramas en internet y la grabación en CD para el uso personal o para la distribución a otros. Este último es el caso que predomina en la mayoría de los países más pobres e incluso en aquellos de medianos ingresos, donde la

¹⁰⁰ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail: De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 46.

¹⁰¹ *Ibidem*, p. 90.

¹⁰² Un nodo es un punto de intersección o unión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar. Por ejemplo: en una red de ordenadores cada una de las máquinas es un nodo, y si la red es Internet, cada servidor constituye también un nodo.

¹⁰³ Una red Peer-to-Peer o red de pares o red entre iguales o red entre pares o red punto a punto (P2P, por sus siglas en inglés) es una red de computadoras en la que todos o algunos aspectos funcionan sin clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí. Es decir, actúan simultáneamente como clientes y servidores respecto a los demás nodos de la red. Las redes P2P permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados.

población no dispone de los recursos suficientes para comprar CD en las tiendas de discos. La afición a la música, combinada con esta mezcla de tecnologías de circulación y reproducción, produce nuevos fenómenos, como la creación de nuevos puntos de circulación y venta a lo que se le ha llamado música digital.¹⁰⁴

No ha sido internet ni la innovación digital de las tecnologías del sonido por sí solas las que han generado los profundos cambios en los usos y las prácticas musicales de los años recientes, además del desarrollo tecnológico, han jugado un papel importante una serie de procesos económicos, sociales y políticos que en distinto grado de complejidad, han convergido para redefinir el papel social y cultural de la música. El reajuste del mercado audiovisual, las políticas de desregulación de las telecomunicaciones, el incremento mundial de la migración y el acenso de la comunicación intercultural son algunos de los fenómenos que han repercutido directamente en el campo musical.¹⁰⁵

La gente está interactuando, evaluando, emulando, criticando, descargando y a su vez procurando hacer música. Se trata de participantes y no de meros consumidores.¹⁰⁶

Las nuevas tecnologías facilitan varios “Modus Operandi” de grabación y producción musical que prescinde de los grandes estudios fonográficos: desde las prácticas DIY¹⁰⁷ y Cut’n Paste¹⁰⁸, hasta los estudios de grabación caseros, cada vez más sofisticados, gracias a los distintos software¹⁰⁹.

¹⁰⁴ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, Música y Experiencia*, Gedisa Editorial, p. 25.

¹⁰⁵ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruzo la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 11.

¹⁰⁶ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, Música y Experiencia*, Gedisa editorial. p. 24.

¹⁰⁷ Do It Yourself, es la práctica de la fabricación o reparación de cosas por uno mismo, de modo que se ahorra dinero, se entretiene y se aprende al mismo tiempo. Es una forma de autoproducción sin esperar la voluntad de otros para realizar las convicciones propias.

¹⁰⁸ Del inglés Cortar y Pegar.

¹⁰⁹ Se conoce como software al equipamiento lógico o soporte lógico de una computadora digital; comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos, que son llamados hardware.

La nueva ética promueve la popularización y participación, evidente en el auge de Youtube¹¹⁰ y el desplome de los videoclips de altos valores de producción tipo MTV¹¹¹. Artistas consagrados como Bowie, McCartney, Beck, etc. buscan alternativas a los grandes sellos discográficos, no solo en la distribución sino en la banda visual de su sonoridad, adaptada al ordenador, donde cada vez más los aficionados descargan y disponen de su música.¹¹²

El Sampling¹¹³, los Mashup¹¹⁴ y la música Tracker¹¹⁵ buscan una amplia diseminación, por lo general en las redes de un sinnúmero de sitios en internet. Ya desde la década de 1970 el casete hizo posible copiar fonogramas y grabar música propia, al principio con bajos valores de producción. Las nuevas tecnologías han potenciado esta tendencia; cassetes, CD, DVD y ahora el MP3. Los mashup llevan un paso más allá ese interés por recomponer el acervo musical disponible.¹¹⁶

En un mundo en red sin costos de almacenamiento y con un acceso instantáneo a casi todos los contenidos en formato digital, los usuarios exhiben una conducta constante: consumen casi todo.¹¹⁷

Las nuevas eficiencias en la distribución, la fabricación y la comercialización están cambiando la definición de lo que era comercialmente viable en todas las categorías.¹¹⁸

¹¹⁰ Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos.

¹¹¹ Es una cadena estadounidense de televisión por cable

¹¹² Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, Música y Experiencia*, Gedisa Editorial, p. 26.

¹¹³ En música, el anglicismo Sampling hace referencia al acto de tomar una porción o sample de un sonido grabado para reutilizarla como un instrumento musical o una diferente grabación de sonido.

¹¹⁴ Un Mashup es una página web o aplicación que usa y combina datos, presentaciones y funcionalidad procedentes de una o más fuentes para crear nuevos servicios. El término implica integración fácil y rápida, usando a menudo APIs abiertos y fuentes de datos para producir resultados enriquecidos que no fueron la razón original para la que fueron producidos los datos en crudo originales.

¹¹⁵ Tracker es un tipo de software con la función de un secuenciador para música, que permite añadir muestreos digitales o samples en listas de tiempos que se reparten en canales. Las entradas de los tonos, volumen, y efectos no se representan por símbolos, por ejemplo de notas, sino por caracteres alfanuméricos e incluso hexadecimales.

¹¹⁶ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, Música y Experiencia*, Gedisa Editorial, p. 28.

¹¹⁷ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 21.

Las mismas tecnologías hacen posibles nuevas formas de interactividad, nuevas maneras de fortalecer los lazos de afiliación y sociabilidad.

Los consumidores examinan los catálogos y la larga lista de canciones o videos disponibles en línea ya sea en tiendas digitales como iTunes o en blogs¹¹⁹ y redes de intercambio P2P, en donde se da un inventario mucho más grande que el de Blockbuster ó Tower Records.¹²⁰

Con la distribución y la venta digital, estamos entrando en un mundo de abundancia.¹²¹ En una era sin limitaciones de espacio físico y otros obstáculos que dificulten la distribución, los bienes y servicios especializados pueden ser económicamente tan atractivos como los artículos generalistas.¹²²

Gracias a una combinación de fuerzas que incluyen la distribución digital, las poderosas tecnologías de búsqueda y la gran penetración de la banda ancha, los mercados online están transformando la economía del comercio minorista. En consecuencia, ahora muchos mercados pueden ofrecer una enorme variedad de productos. Sin embargo, ofrecer simplemente más variedad no cambia la demanda. Hay que ayudar a los consumidores a encontrar los nichos que se

¹¹⁸ *Ibíd*em, p. 23.

¹¹⁹ El blog es un tipo de diario público, y en algunas culturas, como Japón, su función es muy parecida a la de un diario. En esas culturas registran hechos privados de una manera pública. Hay quienes solamente usan ese espacio para hablar de su vida privada. Pero hay muchos que lo usan para participar en discusiones públicas. Discutir cuestiones de importancia pública, criticando a otros que tienen opiniones equivocadas, criticando a los políticos por las decisiones que toman, ofreciendo soluciones a problemas que todos podemos ver: los blogs crean la sensación de una reunión pública virtual, pero una en la que no todos esperamos estar al mismo tiempo y en la cual las conversaciones no están necesariamente relacionadas. Las mejores entradas en un blog son relativamente cortas; apuntan directamente a palabras pronunciadas por otros, criticándolas o añadiéndoles algo. La misma arquitectura de los blogs resuelve parte del problema. La gente publica cuando quiere publicar, y la gente lee cuando quiere leer. El tiempo más difícil es el tiempo sincronizado. Las tecnologías que hacen posible una comunicación no sincrónica, tales como el correo electrónico, incrementan las oportunidades para la comunicación. Los blogs permiten el discurso público sin que el público ni siquiera tenga que reunirse en un solo lugar público.

¹²⁰ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 28.

¹²¹ *Ibíd*em, p. 31.

¹²² Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 73.

adapten a sus necesidades e intereses particulares. Para ello se puede utilizar una gama de herramientas y técnicas que van desde las recomendaciones hasta las clasificaciones.

Sin un espacio de ventas que se debe pagar y sin costos de fabricación y distribución, como en el caso de los servicios exclusivamente digitales de iTunes, un producto de nicho vendido solo es otra venta más, con los mismos márgenes de ganancia que un producto de éxito.¹²³

¿Qué causa la caída de esos costos?

1°. Democratizar las herramientas de producción. El mejor ejemplo de esta democratización es el ordenador personal, que ha puesto todo, desde las imprentas hasta los estudios cinematográficos y de grabación, al alcance de cualquiera. El poder del ordenador personal significa que las categorías de “productores” se han multiplicado. Hoy millones de personas tienen la capacidad para filmar un cortometraje, grabar un disco o publicar sus ideas.¹²⁴

2°. Reducir los costos del consumo mediante la democratización de la distribución. El hecho de que alguien pueda crear un contenido solo es significativo si otros pueden disfrutarlo. El ordenador personal ha convertido a todos los usuarios en productores o editores, pero fue internet lo que permitió a todos actuar como distribuidores. Internet ha reducido sustancialmente los costes de distribución.¹²⁵

3°. Conectar la oferta y la demanda, desde la búsqueda de recomendaciones en iTunes, opinión y reseñas encontradas en Google, pasando por el boca a boca que iría desde los blogs, Twitter¹²⁶, FaceBook¹²⁷, etc.¹²⁸

¹²³ *Ibíd*em, p. 38.

¹²⁴ *Ibíd*em, p. 75.

¹²⁵ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 77.

¹²⁶ Red social basada en el microblogging.

¹²⁷ Sitio web de redes sociales.

¹²⁸ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 78.

Han sido las herramientas democratizadas las que han generado el blog: la introducción de un servicio y un programa informático barato y simple que hacen la publicación digital accesible para cualquier usuario.

Finalmente, el talento se sirve de las herramientas de producción y no a la inversa. La consecuencia de todo esto es que estamos empezando a cambiar de consumidores pasivos a productores activos.¹²⁹

Nos encontramos en los albores de una era en la que la mayoría de los productores en cualquier dominio no están remunerados y la principal diferencia entre ellos y los profesionales es simplemente la brecha en los recursos disponibles para ampliar el alcance de su tarea. El mundo de la producción colectiva, el extraordinario fenómeno del voluntariado y la afición masiva generado por internet.¹³⁰

¿Porque alguien crea algo de valor sin un plan de negocios o incluso sin la perspectiva de una remuneración?

Las personas crean por una serie de razones: necesidad de expresión, diversión, experimentación, etc. La razón por la cual podríamos llamarla economía es porque allí hay una recompensa que puede ser tan motivadora como el dinero: la reputación, que se puede convertir en otras cosas de valor: empleos, cargos académicos, audiencias y ofertas lucrativas de todo tipo.¹³¹

La cultura de la exposición refleja la filosofía de la web, en la cual lo más importante es no pasar desapercibido. Los autores de la web se conectan entre sí, se citan ampliamente y a veces comentan artículos enteros. Y en el centro de esta cultura de la exposición está el motor de búsqueda.

¹²⁹ Ibídem, p. 87.

¹³⁰ Ibídem, p. 99.

¹³¹ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 100.

La búsqueda de aceptación en el mercado masivo exige un compromiso: una disposición a seleccionar los temas de amplio interés, en lugar de los temas específicos de interés más limitados y a escribir en un estilo más coloquial que académico. Sin embargo, casi todos los autores prefieren seguir sus pasiones y no esperan ganar dinero. Muchos solo pretenden ser leídos por algún grupo que se interese en ellos, desde sus colegas hasta los espíritus afines.¹³²

Dado que las herramientas de producción se han democratizado totalmente, la población de productores se expande de un modo exponencial y ahora nada puede detener aquellas personas que tienen la voluntad y habilidad para crear esos contenidos.¹³³

La vieja estructura monolítica de la industria donde los profesionales producían y los aficionados consumían ahora es un mercado de dos direcciones donde todos pueden estar en cualquier campo en un momento dado.¹³⁴

Las tiendas online buscan aproximarse a los complejos ecosistemas en que se experimenta la música o cualquier otro tipo de entretenimiento. Amazon.com¹³⁵ acumula perfiles que se aproximan al análisis de redes antes mencionado. Cuando un cliente compra algo su pedido se relaciona con las compras de otros clientes generando así bases de datos que son mapas de gustos.

Los contenidos se consiguen gratuitamente, ya que son dados de forma consiente por parte de los usuarios, tales mapas sirven para monetarizar la actividad de los usuarios.¹³⁶

Cuanto más bajos son los costos de venta, más se puede vender. Por lo tanto, los agregadores¹³⁷ son una manifestación de la democratización de la distribución.

¹³² *Ibíd*em, p. 103.

¹³³ *Ibíd*em, p. 111.

¹³⁴ *Ibíd*em, p. 113.

¹³⁵ Compañía estadounidense de comercio electrónico que en la actualidad está totalmente diversificada en diferentes líneas de productos, ofreciendo DVD, CD de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida, libros, etc.

¹³⁶ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa editorial, p. 60.

Todos ellos bajan las barreras de acceso al mercado, con lo cual permiten que más productos las atraviesen y encuentren su público. Google es un agregador de publicidad, iTunes es un agregador de música, Netflix es un agregador de películas, Ebay es un agregador de productos y de la larga cola de comerciantes que lo venden.

Los programas informáticos, como Bloglines, que reúnen datos de contenidos digitales mediante el uso de archivos de redifusión RSS¹³⁸, también se conocen como agregadores: reúnen y organizan coherentemente el contenido digital de la red incluyendo millones de blogs. Wikipedia es un agregador de la larga cola del conocimiento y de aquellos que lo poseen. Agregados comerciales;

1. Productos físicos (amazon, Ebay)
2. Productos digitales (iTunes, iFilm)
3. Publicidad/servicio (Google, Craigslist)
4. Informacion (Google, wikipedia)
5. Comunidades/contenidos creados por el usuario (Myspace, FB)¹³⁹

Al primer tipo se le llama minorista híbrido, porque es una combinación de la venta por correo (física) e Internet (digital), la estructura de la segunda categoría de agregador, el minorista digital puro. Con el modelo digital puro, cada producto es una entrada en la base de datos, que no cuesta nada. Los costos de distribución son simplemente los megabytes de banda ancha, comprados a granel a costes

¹³⁷ Un agregador es una compañía o servicio que reúne una enorme variedad de bienes y los hace accesibles y fáciles de encontrar, generalmente en un solo lugar.

¹³⁸ RSS son las siglas de "Really Simple Syndication", un formato XML para syndicar o compartir contenido en la web. Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos. El formato permite distribuir contenidos sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS (agregador). A pesar de eso, es posible utilizar el mismo navegador para ver los contenidos RSS. Las últimas versiones de los principales navegadores permiten leer los RSS sin necesidad de software adicional. RSS es parte de la familia de los formatos XML desarrollado específicamente para todo tipo de sitios que se actualicen con frecuencia y por medio del cual se puede compartir la información y usarla en otros sitios web o programas. A esto se le conoce como redifusión web o sindicación web (una traducción incorrecta, pero de uso muy común).

¹³⁹ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 119.

decrecientes, solo cuando se encarga el producto. Además los minoristas digitales pueden elegir entre vender bienes como productos únicos o como un servicio.

Distribuir sus productos a través de las redes de banda ancha, prácticamente sin coste alguno, un costo casi cero de fabricación y distribución.¹⁴⁰

Hay una progresión que va de las economías de los productos físicos al híbrido de bits y productos físicos y finalmente al dominio ideal de los productos digitales puros.¹⁴¹

El fin es conectar la oferta centralizada con la demanda diseminada, pero la característica destacable de este modelo es que la tienda y el cliente no tienen que estar en el mismo lugar.¹⁴²

La máxima reducción del costo es la eliminación total de los átomos y su reemplazo por los bits. Los agregadores digitales puros registran su inventario en discos duros y lo distribuyen a través de canales de banda ancha. El costo marginal de fabricación, almacenaje y distribución es casi inexistente, y los derechos de autor solo se pagan cuando los productos han sido vendidos. Así se comporta el mercado de los productos condicionados a la demanda: dado que estos productos son digitales, se pueden reproducir y distribuir tantas veces como sea necesario, desde cero hasta miles de millones.

Este es el modelo que hoy están usando iTunes, Rhapsody y los otros servicios de música digital. La tendencia dominante de nuestra era es reunir los productos que antes se distribuían como productos físicos, convertidos en datos y distribuidos a los hogares.

Las tecnologías de intercambio de archivos como BitTorrent son el puntal de cientos de mercados de videos digitales no comerciales, mientras que iTunes está

¹⁴⁰ *Ibíd*em, p. 122.

¹⁴¹ *Ibíd*em, p. 123.

¹⁴² Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 125.

desarrollando una prospera empresa de pago por descarga para sus iPods. Los videojuegos que antes se vendían en videocasete y luego en DVD, ahora se están distribuyendo cada vez más en forma de bits para consolas de juego.¹⁴³

Internet actualmente juega un papel destacado en la promoción de nuevos proyectos y artistas musicales, además de favorecer el movimiento de la música independiente.

Con una presencia inagotable y una reproducción ilimitada, la música ha sido convertida en un producto cultural constante y extendido. Con el abaratamiento de los soportes digitales de acceso al consumo musical estamos frente a nuevas jerarquías y nuevas redes de emisores/receptores múltiples. El acceso musical ha sido socializado significativamente con la aparición y propagación de sistemas personales de grabación/reproducción. Antes, solo las grandes entidades podían asumir y ejercer la difusión musical porque la reproducción sonora exigía un material sofisticado y costoso. Ahora, el sector musical esta reordenando sus relaciones de producción ante el surgimiento de múltiples segmentos autónomos productivos.¹⁴⁴

3.2 Descargas digitales ilegales.

Ante la creciente oleada de intercambios gratuitos de música grabada a través de internet, la legislación no está preparada para combatir una situación que en pocos años será imparable.¹⁴⁵

Tanto a escala regional como internacional, las economías musicales, como formas extendidas del capitalismo, han sido desorganizadas, fragmentadas, desequilibradas y variadas en la medida en que han sido gobernadas a partir de patrones constantes y previsibles. Por lo tanto, no hay una única industria musical

¹⁴³ Ibídem, p. 129.

¹⁴⁴ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruza la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 72.

¹⁴⁵ Ibídem, p. 46.

que domine la producción global de la música. Aunque un número pequeño de compañías controlan y sacan beneficios de la mayor parte de la producción musical, a un nivel local existe una gama entera de diversos géneros musicales con diferentes protagonistas y geografías de producción, distribución y consumo.¹⁴⁶

"PIRATERÍA" significa usar la propiedad creativa de otros sin su permiso.¹⁴⁷ Suele aplicarse este nombre a quienes reproducen sin autorización y con fines comerciales textos, imágenes, música y otros bienes culturales cuyos derechos están protegidos legalmente.¹⁴⁸

Las nociones de original y copia fueron concebidas sobre el modelo clásico de la reproductibilidad analógica de la sociedad moderna industrial.

A partir de la digitalización de la producción de contenidos textuales y audiovisuales, el debate sobre la originalidad sugiere que esta ya no es un problema de reproducción industrial sino un problema de distribución.

El concepto de original estaba apoyado en la idea de que toda copia estaría sujeta a una referencia única, la cual en realidad constituía una matriz. En los sistemas de reproducción de los medios audiovisuales analógicos, la posesión de una matriz, como el caso de un negativo fotográfico o una cinta abierta de audio, implicaba el control de las copias, aunque cada copia extraída no podía traducir de forma exacta la información proveniente de la matriz. Además en la medida en que son generadas más generaciones de copias ocurre una pérdida de información. Es una norma en todos los sistemas de reproducción analógica. Entre la cultura de la reproductibilidad y la cultura de lo digital la diferencia fundamental consiste en que en la segunda no existe la más mínima diferencia entre una generación y otra,

¹⁴⁶ Ibídem, p. 64.

¹⁴⁷ Lessing, Lawrence, 2004, *Cultura libre*, Creative Commons Attribution-ShareAlike, p. 69.

¹⁴⁸ García Canclini, Néstor, 2007, *Lectores, Espectadores e Internautas*, Gedisa Editorial, p. 115.

aunque estas se encuentren separadas por millares o millones de copias intermedias.¹⁴⁹

Existen cuatro ejes entre la vinculación de la tecnología con los cambios en los usos y consumos musicales de finales del siglo XX:

- a. La historia de la comunicación electrónica indica que los nuevos medios de comunicación no son reemplazantes ni transformadores sino acumulativos. A pesar de las predicciones, la radio no reemplazo al tocadiscos, la televisión no reemplazo a la radio o al cine, los videos no reemplazaron a la televisión. La tecnología digital, más que cambiar la música la ha vuelto más accesible.
- b. Lo que incita a los consumidores de los nuevos artefactos no es la creatividad si no la conveniencia. La nueva tecnología permite un mayor control del consumo pasivo y no conduce hacia el consumo más activo como enfatiza el discurso publicitario acerca de la interactividad de los nuevos medios.
- c. La tecnología si ha jugado el papel principal en la alteración de los límites entre lo privado y lo público en el uso de la música.
- d. La tecnología no transforma la música pero si afecta las formas tradicionales de autenticidad y originalidad. Ello ha hecho necesaria la construcción de nuevas categorías estéticas musicales.¹⁵⁰

Algunos usuarios, viendo en la circulación paralela o en internet la realización del derecho a la cultura, llevan su práctica a una dimensión ética y jurídica, combatiendo el dominio que los grandes conglomerados de entretenimiento o grandes sellos discográficos, imponen no solo mediante los precios, sino también con la selección de artistas que distribuyen y en la criminalización de las mezclas o Mashup y otras formas de uso sin pago de derechos de autor. Junto con artistas

¹⁴⁹ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruzo la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 32.

¹⁵⁰ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruzo la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 59.

que buscan nuevos modelos de distribución, estos usuarios desafían y amenazan el modelo de negocio de los grandes sellos discográficos, basado en la explotación del derecho de autor, miles de amantes de la música se han politizado en un movimiento difuso contra los grandes sellos discográficos, criticándolas y buscando alternativas como hacen el movimiento de música libre o musicleft¹⁵¹, la Future of Music Coalition, o simplemente buscando maneras de subvertirlas a través del P2P, otras tecnologías más clandestinas o mediante el canje personal.

El control que la industria fonográfica quiere ejercer sobre la manera en que se adquiere y escucha música genera una experiencia rebelde como nunca antes.

La música digital, la creación de nuevos sitios de circulación y distribución y los sitios de socialización como Youtube, Myspace¹⁵² o Facebook, van creando una mayor diversidad de mercados.¹⁵³

Las prácticas juveniles utilizan de modo combinado recursos formales e informales, legales o no legales, para concretar su aspiración a conectarse, informarse y entretenerse ahora mismo. La modernidad y la democratización, repensadas como capacidad de acceso a bienes globalizados, aparecen viables mas a través de recursos informales y aun ilegales, que como resultado de una reestructuración más justa del orden social.¹⁵⁴

Hay distribución ilegal de materiales con copyright. Esta piratería tiene muchas formas. La más importante es la piratería comercial, la toma no autorizada de los contenidos de otra gente dentro de un contexto comercial. Pero igual que hay una piratería que copia para el mercado, también hay otra manera de "tomar" cosas que está relacionada más directamente con Internet.¹⁵⁵

¹⁵¹ Portal de música libre y música copyleft.

¹⁵² Sitio web de interacción social constituido por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música, además de una red interna de mensajería que permite comunicarse a unos usuarios con otros y un buscador interno.

¹⁵³ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa Editorial. p. 26.

¹⁵⁴ García Canclini, Néstor, 2007, *Lectores, Espectadores e Internautas*, Gedisa Editorial, p. 118.

¹⁵⁵ Lessing, Lawrence, 2004, *Cultura libre*, Creative Commons Attribution-ShareAlike, p. 79.

Como todos los derechos de propiedad, el copyright le da a su dueño el derecho a decidir los términos bajo los cuales se comparten los contenidos. Si el dueño del copyright decide no vender, no tiene por qué hacerlo. Hay excepciones: importantes licencias estatutarias que se aplican a contenidos con copyright sin que importen los deseos del dueño del copyright. Estas licencias le dan a la gente el derecho a "tomar" materiales con copyright sin que importe si el dueño del copyright quiere vender o no. Si tenemos un sistema de propiedad, y ese sistema está apropiadamente diseñado, entonces está mal tomar una propiedad sin permiso de su propietario. Eso es precisamente lo que significa "propiedad".¹⁵⁶

Las nuevas tecnologías y los hábitos y sensibilidad de los consumidores, que no creen que copiar un fonograma sea un delito, junto con las medidas enajenantes que la industria de la música está adoptando para obligar a los consumidores a pagar ya no solo por la compra de fonogramas sino por cada uso de ellos, constituye, más allá de la piratería industrial, el gran desafío económico para las grandes empresas. Si se calcula cuantos fonogramas circulan en internet, combinando lo que se distribuye y descarga en P2P, más lo que se sube a Youtube, Myspace y sitios parecidos se está produciendo, consumiendo y comentando más música que nunca.¹⁵⁷

A ello hay que agregar la abolición del espacio-tiempo, promovida por las redes digitales. No se trata de copiar sino de acceder a la información almacenada en un banco de datos. Asistimos así a un orden de distribución y no de reproducción, en el cual la estandarización del conocimiento no es ya un problema de reproducción sino más bien de cómo hacer accesibles determinados saberes y productos culturales.

Si observamos bien, una buena parte de la producción de expresiones musicales está estrechamente enlazada a dispositivos de alta tecnología, donde intervienen en su elaboración: secuenciadores, trackers, scratches, sintetizadores, mesas de

¹⁵⁶ Lessing, Lawrence, 2004, *Cultura libre*, Creative Commons Attribution-ShareAlike, p. 82.

¹⁵⁷ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Gedisa Editorial. p. 50.

mescla, etc. por el lado del consumo proliferan otros dispositivos reproductores de uso cotidiano: reproductor de MP3, CD, DVD, etc. Si bien la elección de un género musical dice mucho sobre las audiencias, también el medio para escucharlo y su forma de uso revela prácticas, identidades y creencias. El uso actual de la música en la sociedad occidental va más por el camino de la expansión de prácticas personalizadas de consumo.

Los medios digitales desde luego no son los que han transformado los valores y los sistemas simbólicos constituidos desde hace varios años de historia musical, pero sí ha ido surgiendo toda una nueva cultura alrededor de estos dispositivos.

La ampliación de usos que permiten las actuales plataformas digitales para que las audiencias tengan un amplio repertorio de posibilidades en el acceso, copia y tratamiento del sonido musical, constituyen otras formas individualizadas de consumir música, aparentemente con menos intermediación material. La individualización de los usos musicales forma parte del fenómeno de la desmasificación de los medios de comunicación.¹⁵⁸

Los instrumentos democráticos le dan a la gente común una forma de expresarse de una forma mucho más fácil que cualquiera de los instrumentos que había antes.¹⁵⁹

Internet posibilita la difusión eficiente de contenidos. El intercambio de ficheros entre iguales (P2P) es una de las tecnologías más eficaces de todas las tecnologías que Internet permite.

Usando inteligencia distribuida, los sistemas P2P facilitan la difusión fácil de contenidos de una forma que nadie habría imaginado hace una generación.

Esta eficiencia no respeta las líneas tradicionales del copyright. La red no discrimina entre el intercambio de contenidos con copyright y sin él. Por tanto se

¹⁵⁸ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruza la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 33.

¹⁵⁹ Lessing, Lawrence, 2004, *Cultura libre*, Creative Commons Attribution-ShareAlike, p. 45.

ha compartido una inmensa cantidad de contenidos con copyright. Ese intercambio a su vez ha animado la guerra, dado que los dueños de copyright temen que el intercambio "le robará al autor los beneficios".¹⁶⁰

El intercambio entre iguales se hizo famoso con Napster. Pero los inventores de la tecnología de Napster no habían hecho ninguna innovación tecnológica de primera magnitud. Como todos los grandes avances en innovación en Internet (y, muy probablemente, también fuera de Internet), Shawn Fanning¹⁶¹ y su equipo simplemente habían ensamblado componentes que habían sido desarrollados por separado.

El resultado fue combustión espontánea. Lanzado en julio de 1999, Napster amasó más de diez millones de usuarios en nueve meses. Después de dieciocho meses había cerca de ochenta millones de usuarios registrados en el sistema. Los tribunales cerraron Napster con rapidez, pero otros servicios aparecieron para ocupar su lugar (Kazaa¹⁶², E-mule¹⁶³, E-donkey, Ares¹⁶⁴, Freenet¹⁶⁵, etc.). Los sistemas de estos servicios son diferentes en arquitectura, aunque no muy distintos en lo que se refiere a la función: todos ellos permiten que sus usuarios

¹⁶⁰ Lessing, Lawrence, 2004, *Cultura libre*, Creative Commons Attribution-ShareAlike, p. 29.

¹⁶¹ Shawn Fanning creó Napster, uno de los primeros programas peer-to-peer de popularidad masiva para compartir archivos, en 1999.

¹⁶² Kazaa es una aplicación para el intercambio de archivos entre pares que utiliza el protocolo FastTrack. Kazaa es comúnmente utilizado para intercambiar música (principalmente en formato mp3) y películas (en formato DivX). Su versión oficial puede ser descargada gratuitamente y su sustento económico es el spyware (software espía) y adware (software publicitario) instalado en forma predeterminada con el producto.

¹⁶³ eMule es un programa para intercambio de archivos con sistema P2P utilizando el protocolo eDonkey 2000 y la red Kad, publicado como software libre para sistemas Microsoft Windows. Está escrito en C++.

¹⁶⁴ Es un programa P2P de distribución de archivos creado a mediados de 2002. Es software libre y está desarrollado en el lenguaje de programación Delphi para el sistema operativo Microsoft Windows. Actualmente se puede usar la red de Ares en GNU/Linux mediante GiFT, o ejecutando el cliente oficial bajo Wine.

¹⁶⁵ Freenet es una red de distribución de información descentralizada y resistente a la censura diseñada originalmente por Ian Clarke. Freenet tiene por objeto proporcionar libertad de expresión a través de las redes de pares mediante una fuerte protección del anonimato; como parte del apoyo a la libertad de sus usuarios, Freenet es un software libre. Freenet trabaja por medio de la puesta en común del ancho de banda y el espacio de almacenamiento de los ordenadores que componen la red, permitiendo a sus usuarios publicar o recuperar distintos tipos de información anónimamente. Freenet ha estado bajo continuo desarrollo desde el año 2000, aún no ha sido liberada una posible versión 1.0, pero las versiones actuales son completamente funcionales.

pongan contenidos a disposición de los demás usuarios llamados "Seeder" y "Leecher"¹⁶⁶.

La facilidad y el mínimo costo de las redes de intercambio de ficheros han inspirado el que millones disfruten la música de una manera en la que no lo habían hecho antes.

Los efectos combinados de Napster y otros sitios online de intercambio y descarga gratuita de archivos y las copias digitales de los CD han dado lugar a una economía clandestina en la industria de la música.

El tráfico en las redes de intercambio de archivos entre usuarios (P2P) ha continuado creciendo, con usuarios que comparten archivos cada día.

Pero la tecnología ha contribuido a esa fuga del consumidor. No solo ha permitido a los fans esquivar la caja registradora, también les ofrece un gran número de opciones, sin precedentes, de música que pueden oír. La red de intercambio de archivos tiene más temas musicales que cualquier tienda de discos. Debido a esas opciones, los aficionados no solo han dejado de comprar multitud de CD, también están perdiendo su afición por los temas musicales de éxito, que eran el plato fuerte de las tiendas discográficas.¹⁶⁷

Los usuarios de estas redes comparten cuatro tipos de contenidos.

- A. Usuarios que descargan en lugar de comprar. Hay quien usa estas redes como sustituto de la compra de contenidos. Así, cuando aparece un nuevo

¹⁶⁶ Un seeder (del inglés seed, semilla) es un usuario que ha descargado un torrent o que lleva parte de el torrent descargado y que ahora lo comparte para que el torrent este a disposición de los demás usuarios. El antónimo de un seeder es un "leecher", estos son los usuarios que actualmente, estén descargando o no en ese momento el torrent, aún no lo tienen completo. En cuanto su descarga se completa se convierten en un "seeder" para ese archivo en concreto. El nombre de "leecher" aquí es por lo tanto distinto de su significado habitual, se suele aplicar a usuarios que descargan más información de la que comparten en una red p2p, pero se ha extendido su uso adquiriendo este nuevo significado para el caso de los torrents.

¹⁶⁷ Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail. De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano, p. 49.

CD de Madonna en el mercado, en lugar de comprar el CD, estos usuarios simplemente lo descargan de la red.

- B. Hay quien usa estas redes para “probar” la música antes de comprarla. Así, un amigo le envía a otro un MP3 de un artista que no ha oído. El otro amigo entonces compra CDs de ese artista. Esto es un tipo de publicidad dirigida, con grandes probabilidades de tener éxito. Si el amigo que recomienda el álbum no gana nada por una mala recomendación, entonces uno podría esperar que las recomendaciones serán verdaderamente buenas. El efecto neto de este intercambio podría incrementar las ventas de música.
- C. Hay quien usa las redes de intercambio para acceder a material con copyright que ya no está a la venta o que no habría comprado porque los costos de la transacción fuera de la Red son demasiado altos. Para muchos este uso de las redes de intercambio es uno de los más satisfactorios. Canciones que eran parte de nuestra infancia pero que se han esfumado del mercado reaparecen en la red. Debido a que los contenidos no se venden, esto es todavía técnicamente una violación del copyright, aunque los dueños del copyright ya no venden este contenido, el daño económico es cero.
- D. Finalmente, hay muchos que usan las redes de intercambio para acceder a contenidos que no tienen copyright o que el dueño del copyright quiere regalar.¹⁶⁸

Cuando se compra un CD o un DVD, lo que se está comprando es el derecho a escuchar o ver películas cuantas veces se quiera. Que lo importante no es el formato sino el bien cultural. Pero la industria fonográfica ahora quiere que se pague por cada uso que se hace de una obra.¹⁶⁹

Contra la transformación inevitable, sobre todo la proliferación de nuevas maneras de acceder a la música, posibilitada por la innovación tecnológica digital y satelital, los grandes sellos discográficos, llegan al extremo de cobrar una suerte de peaje

¹⁶⁸ Lessing, Lawrence, 2004, *Cultura libre*, Creative Commons Attribution-ShareAlike, p. 86.

¹⁶⁹ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa Editorial, p. 57.

que requiere que el oyente pague ya no solo por tener el derecho a un fonograma sino por cada audición y cada almacenamiento de una pieza de música. El objetivo es reducir la reproducción ilegal de música y el intercambio en línea, y que estos son culpados por las enormes pérdidas que la industria de la música viene sufriendo desde finales de los años 90.¹⁷⁰

En el sector musical los grandes sellos discográficos siguen controlando el grueso de los mercados. La expansión internacional del negocio musical procede de unos cuantos grupos corporativos, desde países con economías muy fuertes, explotando las músicas que tiene su origen en diversas partes del mundo.¹⁷¹

Muchos artistas reconocidos han buscado mercadear su música en línea, más allá de sus discográficas. El lanzamiento de “Memory Almost Full” de Paul McCartney en junio de 2007, bajo el sello Hear Music de la cadena de cafés Starbucks, fue una innovación comercial ingeniosa, pues logro un marketing gratuito al acercar el álbum a los 44 millones de clientes de la firma, que podían adquirirlo cuando compran su café, además del lanzamiento físico, se puso en venta en i-Tunes y en su propio sitio web.

Cuando se anuncio que la banda Radiohead ofrecía su nuevo álbum In Rainbows gratuitamente en la web el 10 de octubre de 2007, se armo una batalla de comentarios en los sitios y blogs dedicados a la música. Muchos pronosticaron la muerte de la industria de la música ese mismo día. Otros señalaron que solo una banda reconocida podría sacar provecho regalando su música, pues primero se tiene que conseguir celebridad para que una acción como esta tenga efecto. Al día siguiente ya se sabía que el mismo día que se ofreció la descarga gratuita 240,000 internautas la habían conseguido vía BitTorrent¹⁷², por no hablar de las otras tecnologías de P2P, lo cual frustró la estrategia de Radiohead de hacer que sus

¹⁷⁰ Ibídem, p. 56.

¹⁷¹ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruza la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 63.

¹⁷² BitTorrent es un protocolo diseñado para el intercambio de ficheros de igual a igual (en inglés: peer-to-peer o P2P). El protocolo BitTorrent fue desarrollado originalmente por el programador Bram Cohen y está basado en software libre.

fans depositaran información en su sitio, unos datos que servirían para conocerlos y congregarlos para diversas actividades que producirían ingresos ya que es mediante la compra o la mera entrada en un sitio que se pueden generar perfiles de los usuarios y luego emplearlos para vender productos y servicios.¹⁷³

El mundo de la promoción en internet ha ido cobrando fuerza, hasta convertirse en un medio atractivo y accesible para cualquier intérprete o grupo. Espacios como Myspace, Facebook, Twitter, Youtube, etc., son empresas sólidas de distribución que incluyen páginas específicas para contactar con nuevos artistas o bandas que quieran promover sus proyectos a través de internet. Ejemplos como el grupo "Artic Monkeys", el cual salto a la fama mundial promoviendo su música durante algún tiempo solamente en internet.¹⁷⁴

Las nuevas tecnologías digitales liberan al aficionado de la obligación de comprar un álbum completo, les guste o no todas las canciones.

Los sitios que ofrecen intercambio mediante la tecnología P2P hacen posible que los aficionados determinen de antemano si les gusta o no una música, e incluso pueden decidir luego si la compran o van al concierto de los músicos. Pero la política de la industria fonográfica prefiere más bien criminalizar a quienes descargan música de la red, como si estos fueran iguales que las mafias piratas que fabrican CD industrialmente.¹⁷⁵

En realidad quien descarga contenido de la red sin respetar Copyright no obtienen ninguna remuneración, en cambio son las plataformas de telecomunicaciones (alojadores de archivos¹⁷⁶ como: Megaupload, Mediafire, Fileserve, Rapidshare,

¹⁷³ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa Editorial. p. 59.

¹⁷⁴ Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruza la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva, p. 77.

¹⁷⁵ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa Editorial, p. 69.

¹⁷⁶ Un servicio de alojamiento de archivos, servicio de almacenamiento de archivos online, o centro de medios online es un servicio de alojamiento de Internet diseñado específicamente para alojar contenido estático, mayormente archivos grandes que no son páginas web. En general estos servicios permiten acceso web y FTP. Pueden estar optimizados para servir a muchos usuarios (como se indica con el término "alojamiento") o estar optimizados para el almacenamiento de usuario único (como se indica con el término

etc.) las que se están enriqueciendo con las descargas de música en internet. Pero hay dos razones por las cuales el canon transgrede los derechos de muchos otros artistas. En primer lugar, centenares de miles de músicos ponen su música gratuitamente en un sin número de sitios, en sus propias páginas web a menudo con una licencia Creative Commons¹⁷⁷ o Copyleft¹⁷⁸, por tanto, no están de acuerdo con que se comercie su trabajo. En segundo lugar, muchos músicos que si quieren lucrar con su obra desconfían de que las sociedades distribuyan los ingresos equitativamente, pues la distribución se calcula sobre la base del tiempo de transmisión en las radios o las ventas en tiendas de discos. De ahí que los que no son distribuidos por un sello discográfico no reciban ni el más mínimo porcentaje del canon.

La gran mayoría de usuarios de P2P no cree que intercambiar fonogramas sea un delito. La mayoría de oyentes de música en los países en vías de desarrollo compra CD piratas porque no puede pagar los Quince dólares que se cobran en el mercado legal.¹⁷⁹

La lucha de la industria fonográfica consiste en obligar a los otros sectores que lanzan innovaciones a asegurarles el pago de los derechos de autor o pagar un porcentaje por cada aparato o medio (CD o DVD virgen) que se vende. La nueva gran esperanza es pues la venta legal en línea. Pero como un sinnúmero de observadores estima, si bien el mercado digital legal está creciendo, el intercambio de archivos y de CD lo supera en más de un 1.000%. La industria fonográfica ataca esta forma de intercambio, incluyéndola en la categoría de piratería, junto con la producción industrial de CD y DVD ilegales, el intercambio vía P2P sigue

"almacenamiento"). Algunos servicios relacionados son el alojamiento de videos, alojamiento de imágenes, el almacenamiento virtual y el copiado de seguridad remoto.

¹⁷⁷ Creative Commons (CC) es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro que desarrolla planes para ayudar a reducir las barreras legales de la creatividad, por medio de nueva legislación y nuevas tecnologías.

¹⁷⁸ El copyleft es una práctica al ejercer el derecho de autor que consiste en permitir la libre distribución de copias y versiones modificadas de una obra u otro trabajo, exigiendo que los mismos derechos sean preservados en las versiones modificadas. La efectividad de ejercerlo puede depender de la legislación particular de cada país, pero en principio se puede utilizar para programas informáticos, obras de arte, cultura, ciencia, o cualquier tipo de obra o trabajo creativo que sea regido por el derecho de autor.

¹⁷⁹ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa Editorial, p. 72.

una lógica distinta a la de la piratería física, que en la mayoría de casos está controlada por mafias y no siempre implica una caída en el número de ventas de CD.¹⁸⁰

En los países en vías de desarrollo la piratería es un asunto de ética de acceso y de cultivo de la diversidad. La IFPI¹⁸¹ y otras instituciones que representan a la industria de entretenimiento achacan el declive del mercado fonográfico a la piratería, pero no se dice nada respecto al nivel de ingresos de la gran mayoría de latinoamericanos.

El modelo de negocio de la industria fonográfica es antiguo. No es competitivo con respecto a internet. No se ha actualizado ante la innovación tecnológica. Hoy en día, defender este modelo es intentar ir contra la realidad de la demanda.

Este modelo de negocio está en decadencia en todo el mundo, pero solamente el antiguo modelo de negocio de la industria del CD está en crisis. La crisis se agrava debido a que la industria no ha inventado todavía un nuevo modelo de negocio que utilice de forma lucrativa internet para vender su música.¹⁸²

Las nuevas tecnologías nos permiten liberarnos de la oferta limitada a que nos tenían condenados la industria del entretenimiento.¹⁸³

¹⁸⁰ Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa Editorial, p. 73.

¹⁸¹ Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, del inglés International Federation of the Phonographic Industry) es la organización que representa los intereses de la industria de la grabación por todo el mundo.

¹⁸² Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Gedisa Editorial, p. 79.

¹⁸³ *Ibíd*em, p. 96.

CAPÍTULO 4. PIRATERÍA DIGITAL EN MÉXICO.

El uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se ha incrementado en forma importante en todo el mundo, algo que en algunos países ha ocurrido de forma espectacular y que cubre a casi dos tercios de su población (Tabla1), mientras que en otros ese uso ha sido marginal alcanzando índices de crecimiento muy bajos en comparación con los países que encabezan esta transición.¹⁸⁴

Lo que ha preocupado a la sociedad es que mediante el uso de las tecnologías de información se tiene acceso a la educación y en general a una comunicación más rápida y a información más actualizada de todo tipo; el hecho de que solo una parte de la sociedad tenga acceso a esos beneficios pone en una situación de desventaja a la otra y amplía la brecha existente entre los grupos sociales e impacta el desarrollo individual, pues quienes tienen acceso a las tecnologías estarán en posibilidad de tener un mejor y más acelerado desarrollo personal que les permitirá abordar el conocimiento de mejor forma.¹⁸⁵

4.1 Internet en México.

Aunque en México el uso de internet ha ido en aumento, se muestra una marcada brecha digital pues el 27.20% de la población son usuarios de Internet, tomando en cuenta que la población en total es de 112 468 855 millones de habitantes. Esto debido a que la gran mayoría de los mexicanos no cuentan con los recursos

¹⁸⁴ Rodríguez Gallardo, Adolfo, 2005, *Tecnologías de la información y brecha digital en México 2001-2005*, Universidad Nacional Autónoma de México, p. 4.

¹⁸⁵ Rodríguez Gallardo, Adolfo, 2005, *Tecnologías de la información y brecha digital en México 2001-2005*, Universidad Nacional Autónoma de México, p. 3.

suficientes tanto económicos como educativos para utilizar este medio,¹⁸⁶ y al alto costo de las tarifas de banda ancha.¹⁸⁷

TABLA 1

PAÍSES CON MAYOR NÚMERO DE USUARIOS DE INTERNET				
	PAÍS O REGIÓN	POBLACIÓN	USUARIOS	% POBLACIÓN
1	CHINA	1330141295	420000000	31.6
2	ESTADOS UNIDOS	310232863	239893600	77.3
3	JAPÓN	126804433	99143700	78.2
4	INDIA	1173108018	81000000	6.9
5	BRASIL	201103330	75943600	37.8
6	ALEMANIA	82282988	65123800	79.1
7	RUSIA	139390205	59700000	42.8
8	REINO UNIDO	62348447	51442100	82.5
9	FRANCIA	64768389	44625300	68.9
10	NIGERIA	152217341	43982200	28.9
1. LAS ESTADÍSTICAS DE USUARIOS DE INTERNET FUERON ACTUALIZADAS PARA SEPTIEMBRE 2010				
2. FUENTE: http://www.internetworldstats.com				

¹⁸⁶ <http://www.lainx.com/internet/web/264-uso-de-internet-en-mexico-estadisticas-2009>

¹⁸⁷ Mejía Guerrero, Angelina., La banda ancha en México es cara y lenta. <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/53280.html>, 31 de marzo de 2009.

TABLA 2

PAÍSES CON MAYOR NÚMERO DE USUARIOS DE INTERNET EN LATINOAMÉRICA						
	LATINOAMÉRICA	POBLACIÓN 2010	USUARIOS 2000	USUARIOS 2010	% POBLACIÓN PENETRADA	CRECIMIENTO (2000 - 2010)
1	BRASIL	201103330	5000000	75943600	37.8	1519
2	MÉXICO	112468855	2712400	30600000	27.2	1128
3	ARGENTINA	41343201	2500000	26614813	64.4	1065
4	COLOMBIA	44205293	878000	21529415	48.7	2452
5	VENEZUELA	27223228	950000	9306916	34.2	980
6	CHILE	16746491	1757400	8369036	50.0	476
7	PERÚ	29907003	2500000	8084900	27.0	323
8	ECUADOR	14790608	180000	2359710	16.0	1311
9	GUATEMALA	13550440	65000	2280000	16.8	3508
10	COSTA RICA	4516220	250000	2000000	44.3	800
11	URUGUAY	3510386	370000	1855000	52.8	501
12	BOLIVIA	9947418	120000	1102500	11.1	919
13	PARAGUAY	6375830	20000	1000000	15.7	5000
14	EL SALVADOR	6052064	40000	975000	16.1	2438
15	PANAMÁ	3410676	45000	959900	28.1	2133
16	HONDURAS	7989415	40000	958500	12.0	2396
17	NICARAGUA	5995928	50000	600000	10.0	1200
18	GUAYANA	748488	3000	220000	29.4	7333
19	SURINAM	486618	11700	163000	33.5	1393
20	BELICE	314522	15000	60000	19.1	400
1. LAS ESTADÍSTICAS DE USUARIOS DE INTERNET FUERON ACTUALIZADAS PARA SEPTIEMBRE 2010						
2. FUENTE: http://www.internetworldstats.com						

A nivel mundial México ocupa el lugar número 14 entre “los países con mayor número de usuarios de internet” y a nivel Latinoamérica ocupa el segundo lugar con 30.6 millones de “internautas”¹⁸⁸ después de Brasil.

¹⁸⁸ Si hablamos de internauta, aludimos a un actor multimodal que lee, ve, escucha y combina materiales diversos, procedentes de la lectura y los espectáculos. Esta integración de acciones y lenguajes ha reubicado a la institución donde se aprendían las principales destrezas (la escuela) y redefine el campo educativo.

TABLA 3

PAÍSES CON MAYOR PORCENTAJE DE PENETRACIÓN DE INTERNET EN LATINOAMÉRICA						
	LATINOAMÉRICA	POBLACIÓN 2010	USUARIOS 2000	USUARIOS 2010	% POBLACIÓN PENETRADA	CRECIMIENTO (2000 - 2010)
1	ARGENTINA	41343201	2500000	26614813	64.4	1065
2	URUGUAY	3510386	370000	1855000	52.8	501
3	CHILE	16746491	1757400	8369036	50.0	476
4	COLOMBIA	44205293	878000	21529415	48.7	2452
5	COSTA RICA	4516220	250000	2000000	44.3	800
6	BRASIL	201103330	5000000	75943600	37.8	1519
7	VENEZUELA	27223228	950000	9306916	34.2	980
8	SURINAM	486618	11700	163000	33.5	1393
9	GUAYANA	748488	3000	220000	29.4	7333
10	PANAMÁ	3410676	45000	959900	28.1	2133
11	MÉXICO	112468855	2712400	30600000	27.2	1128
12	PERÚ	29907003	2500000	8084900	27.0	323
13	BELICE	314522	15000	60000	19.1	400
14	GUATEMALA	13550440	65000	2280000	16.8	3508
15	EL SALVADOR	6052064	40000	975000	16.1	2438
16	ECUADOR	14790608	180000	2359710	16.0	1311
17	PARAGUAY	6375830	20000	1000000	15.7	5000
18	HONDURAS	7989415	40000	958500	12.0	2396
19	BOLIVIA	9947418	120000	1102500	11.1	919
20	NICARAGUA	5995928	50000	600000	10.0	1200
1. LAS ESTADÍSTICAS DE USUARIOS DE INTERNET FUERON ACTUALIZADAS PARA SEPTIEMBRE 2010						
2. FUENTE: http://www.internetworldstats.com						

El nivel de penetración de internet en la población de América Latina pone a países como Argentina con 64.40%, Uruguay con 52.80 y Chile con el 50 % en los primeros lugares y México ocupa el lugar número 11 con el 27.20% del total de su población.

TABLA 4

Tipo de Usuario de Internet en México.

Año	Población que utiliza Internet (internautas) (millones)	Zona urbana	Zona no urbana	Composicion de internautas por genero		Nivel socioeconomico de los internautas			
				Hombre	Mujer	ABC+	C	D	D/E
2005	17.1	S.I	S.I	59%	41%	37%	33%	16%	15%
2006	20.2	17.2	2.9	58%	42%	39%	21%	27%	13%
2007	22.7	19.08	3.4	54%	46%	39%	32%	14%	14%
2008	27.6	22.7	4.9	56%	44%	37%	19%	29%	15%
2009	30.6	25.6	5	55%	45%	39%	19%	29%	12%
1. En el estudio realizado por la AMIPCI para 2005 no contemplan la division entre urbano y no urbano.									
2. Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2005, 2006, 2007, 2008, 2009.									

TABLA 5

Principales actividades en el uso de Internet en México.

AÑO	DESCARGAR MÚSICA	JUEGOS ONLINE	NOTICIAS	DEPORTES	XXX	MAIL	VIDEOS	REDES SOCIALES
2005	43%	43%	28%	35%	SIN INFORMACIÓN			
2006	48%	21%	47%	33%	11%	81%	S/I	9%
2007	SIN INFORMACIÓN							
2008	49%	30%	22%	23%	10%	70%	18%	16%
2009	51%	51%	27%	27%	10%	75%	41%	31%
1. HÁBITOS DE LOS USUARIOS DE INTERNET EN MÉXICO 2005, 2006, 2007 2008 Y 2009								
2. FUENTE: http://www.amprofon.com.mx/guias.php?item=menuGuias&contenido=main								

4.2 Descarga de audio digital ilegal en México.

Mercancías pirata que lesionan el derecho de autor significa cualesquiera copias hechas sin el consentimiento del titular del derecho o de una persona debidamente autorizada por él en el país de producción y que se realicen directa o indirectamente a partir de un artículo cuando la realización de esa copia habría constituido infracción del derecho de autor o de un derecho conexo en virtud de la legislación del país¹⁸⁹

Toda aparición de una nueva tecnología es importante y benéfica para lograr un crecimiento en cualquier tipo de ámbito, pero en la música este avance tecnológico ha permitido las descargas y el uso ilegal de la misma.¹⁹⁰

En el habla común, la piratería se equipara con robar o destruir los bienes ajenos. “Los editores frecuentemente se refieren a la copia ilegal como piratería. De esta forma, expresan de manera implícita que hacer copias ilegales es éticamente equiparable a atacar barcos en alta mar, secuestrar y asesinar a la gente que viaja en ellos. Si uno no cree que la copia ilegal sea como secuestrar y asesinar, quizá prefiera evitar la palabra “piratería” para describirla. Expresiones neutrales como “copia prohibida” o “copia no autorizada” pueden utilizarse perfectamente en su lugar. Incluso algunos de nosotros podríamos preferir utilizar una expresión positiva como compartir información con tu vecino”. Las copias privadas, las descargas en internet y aun los préstamos públicos de libros no se oponen a los derechos de autor en cuanto contribuyen a la difusión de las obras (y según se ha demostrado, también a su venta) y no se guían por el fin de lucro. La piratería gestionada por el crimen organizado, en cambio, es la contraparte extralegal de los excesos en la explotación de los derechos de autor por parte de los consorcios

¹⁸⁹ Texto oficial del Acuerdo Comercial contra la Falsificación (ACTA), p. 2

¹⁹⁰ León y Rico, Jorge, 2009, *La industria musical y los derechos de autor*, Editorial Porrúa México, p. 94.

y corporaciones que hacen que el acceso a las obras protegidas sea artificialmente oneroso y para muchos prohibitivo.¹⁹¹

Al cierre de Napster en 1999, miles de pequeñas replicas aparecieron en la red para distribuir música entre usuarios, sin pagar a las casas discográficas. El problema es la nula regulación en materia electrónica y específicamente de Internet, en México no se cuenta con un instrumento jurídico que permita proteger los derechos de autor en la red.¹⁹²

Otra de las causas es que el precio de los discos es prohibitivo para la mayoría de los mexicanos, quienes por tener un salario mínimo de un poco más de 50 pesos no pueden adquirir discos originales que representan cuatro o cinco días de trabajo.¹⁹³

En los viejos tiempos, por ejemplo, podíamos comprar un libro, llevarlo a casa, leerlo, hacer anotaciones en sus páginas, conservarlo por años en nuestra biblioteca, fotocopiar algún capítulo, prestárselo a un amigo o lo que fuera. Este tipo de usos se ampara en lo que los abogados llaman Doctrina de la primera venta, que en esencia establece que cuando adquirimos un bien protegido con copyright podemos revenderlo, dárselo a un amigo y hacer copias personales, entre otras cosas. Desafortunadamente, dicha doctrina se está esfumando con rapidez en el mundo digital. Bajo la égida del DMCA¹⁹⁴, los proveedores de contenido regulan quién ve su producto, cuánto tiempo será visto, si puede o no copiarse y qué puede hacerse con él. Esta situación reescribe de modo

¹⁹¹ Varios Autores, 2009, *Contra el Copyright*, Tumbona Ediciones, p. 108.

¹⁹² León y Rico, Jorge, 2009, *La industria musical y los derechos de autor*, Editorial Porrúa México, p. 69.

¹⁹³ León y Rico, Jorge, 2009, *La industria musical y los derechos de autor*, Editorial Porrúa México, p. 63.

¹⁹⁴ La Digital Millennium Copyright Act (DMCA) es una ley de copyright (derechos de reproducción) de Estados Unidos de América que implementa dos tratados del año 1996 de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Esta ley sanciona, no sólo la infracción de los derechos de reproducción en sí, sino también la producción y distribución de tecnología que permita sortear las medidas de protección del copyright (comúnmente conocidas como DRM); además incrementa las penas para las infracciones al derecho de autor en Internet.

significativo las reglas que han estado en vigor durante años, encaminadas a encontrar un equilibrio justo entre los titulares de copyright y el público.¹⁹⁵

Con una población de 112 468 855 habitantes, con un 5.20% de la Población Económicamente Activa (PEA) desempleada¹⁹⁶ y con una inflación del 3.16%¹⁹⁷, la incapacidad del gobierno para generar empleos, mejorar los salarios y combatir la corrupción, ha encontrado en la piratería una válvula de escape para que miles de mexicanos no se sientan tan pobres, puedan comprar y "hagan como que no han perdido tanta capacidad de compra".¹⁹⁸ Pues la compra de un artículo pirata tiene su origen en el alto costo que representaría comprar un original, al tiempo que la mayoría de los compradores está consciente que la venta de productos piratas es un delito.¹⁹⁹

La PGR define la piratería como una actividad ilícita que afecta los derechos de autor, entendidos estos como la facultad exclusiva de los creadores intelectuales para explotar por sí o por otros las obras de su autoría.²⁰⁰

El problema nacional de la piratería ha provocado el cierre de empresas, recorte de personal y cancelación de posibilidades de crear nuevas fuentes de empleo, problemas que afectan directa e indirectamente a cada mexicano y a cada familia, sean o no consumidores de productos apócrifos o introducidos ilegalmente²⁰¹ al país.

Los derechos de autor: es el reconocimiento que hace el Estado a favor de todo creador de las obras en las ramas o materias que señala el artículo 13 de la ley autoral, y por su parte los derechos conexos son los relacionados, derivados de

¹⁹⁵ Varios Autores, 2009, *Contra el Copyright*, Tumbona Ediciones, p. 76.

¹⁹⁶ <http://eleconomista.com.mx/industrias/2011/06/23/desempleo-su-mayor-nivel-13-meses-inegi>

¹⁹⁷ <http://elinpc.com.mx/>

¹⁹⁸ <http://www.jornada.unam.mx/2004/12/20/016n1eco.php>, 20 de diciembre de 2004

¹⁹⁹ <http://www.jornada.unam.mx/2009/11/27/index.php?section=economia&article=027n5eco>, 27 de noviembre de 2009

²⁰⁰ León y Rico, Jorge, 2009, *La industria musical y los derechos de autor*, Editorial Porrúa México, p. 79.

²⁰¹ *Ibíd*em, p. 82.

los derechos autorales, tales como los de los editores, interpretes, ejecutantes, distribuidores legítimos, organismos de radiodifusión y otros análogos.²⁰²

La facilidad de obtener desde internet cualquier tipo de música a través de una sencilla descarga se ha convertido en uno de los hábitos más arraigados en los consumidores a nivel mundial,²⁰³ y el acceso a internet a través de ciber-cafés continua siendo usual para bajar y quemar música.

TABLA 6

	VENTA DE DISCOS DE LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA MEXICANA	
	UNIDADES (*)	INGRESOS (*)
2006	50	3,893
2007	40	2,994
2008	30	2,259
2009	29	2,167
2010	26	1,997
* MILLONES DE UNIDADES FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA AMPROFON		

²⁰² *Ibíd*em, p. 76.

²⁰³ *Ibíd*em, p. 62.

TABLA 7

	VENTA DE MÚSICA DIGITAL EN EL MERCADO MEXICANO	
	DESCARGAS (*)	INGRESOS (*)
2006	0.3	93
2007	0.78	176
2008	0.9	180
2009	2	241
2010	13	590
* MILLONES DE DESCARGAS FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA AMPROFON		

TABLA 8

	DESCARGA ILEGAL EN REDES P2P	
	CANCIONES (*)	NUMERO DE USUARIOS (*)
2006	1,767	4.4
2007	2,620	7.5
2008	4,536	14.1
2009	5,110	11.6
2010	5,788	15.5
* MILLONES FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA AMPROFON		

Se estima que el 10% de las descargas ilegales de contenidos protegidos se pudieron haber vendido legalmente por las industrias culturales.²⁰⁴

TABLA 9

	ESTIMACIÓN DE INGRESOS PERDIDOS POR DESCARGAS ILEGALES					
	UNIDADES CANCIONES (*)	10%	PRECIO UNITARIO	TOTAL (*)	IVA	INGRESO PERDIDO (*)
2006	1,767	176.7	11	1,943.70	291.6	1,652.10
2007	2,620	262	11	2,882.00	432.3	2,449.70
2008	4,536	453.6	12	5,443.20	816.5	4,626.70
2009	5,110	511	12	6,132.00	919.8	5,212.20
2010	5,788	578.8	12	6,945.60	1,111.30	5,834.30

(*) MILLONES.
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA AMPROFON

4.3 Medidas que se han adoptado para combatir la Piratería Digital.

ACTA. (E.U.A., Europa, Suiza y Japón)²⁰⁵

El Acuerdo Comercial contra la Falsificación o ACTA, por sus siglas en inglés (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) es un tratado internacional plurilateral que en octubre de 2007 fue anunciado simultáneamente por Estados Unidos, la Comunidad Europea, Suiza y Japón. El objetivo es “establecer normas internacionales para la observación de los derechos de propiedad intelectual a fin de tener una lucha más eficiente en contra del problema de falsificación y piratería”.

²⁰⁴ AMPROFON, Puntos relevantes del mercado discográfico Mexicano (2006 – 2010), Informe Anual 2010.

²⁰⁵ Texto oficial del Acuerdo Comercial contra la Falsificación (ACTA), p. 2

En su sección 5 artículo 27, establece los lineamientos para las TIC:

Artículo 27: observancia en el entorno digital.

1. Cada Parte se asegurará de que en su legislación se establezcan procedimientos de observancia conforme a lo previsto en las Secciones 2 (Observancia Civil) y 4 (Observancia Penal), que permitan la adopción de medidas eficaces contra cualquier acción infractora de los derechos de propiedad intelectual que se lleven a cabo en el entorno digital, incluido recursos ágiles para prevenir las infracciones y recursos que constituyan un medio eficaz de disuasión de nuevas infracciones.

2. De conformidad con el párrafo 1, los procedimientos de observancia de cada Parte se aplicarán a las infracciones de derechos de autor o derechos conexos a través de redes digitales, las cuales podrán incluir el uso ilegal de medios de distribución masiva para efectos de la infracción. Estos procedimientos serán implementados de forma tal, que eviten la creación de obstáculos para actividades legítimas, incluido el comercio electrónico, y, conforme a la legislación de cada una de las Partes, preserven los principios fundamentales tales como libertad de expresión, procesos justos y privacidad.

3. Cada Parte procurará promover esfuerzos de cooperación dentro de la comunidad empresarial, para tratar de forma eficaz las infracciones de marcas de fábrica o de comercio y los derechos de autor o derechos conexos, manteniendo la competencia legítima, y conforme, a la legislación de cada una de las Partes, preservando los principios fundamentales, tales como libertad de expresión, procesos justos y privacidad.

4. Una Parte podrá establecer, conforme a sus leyes y reglamentos, que sus autoridades competentes estén facultadas para ordenar a un proveedor de servicios en línea, que divulgue de forma expedita al titular de los derechos, información suficiente para identificar a un suscriptor cuya cuenta se presume fue utilizada para cometer una infracción, cuando dicho titular de los derechos haya

presentado una reclamación con suficiente fundamento jurídico de infracción de marca de fábrica o de comercio o derechos de autor y derechos conexos, y donde dicha información se busque para efectos de protección u observancia de dichos derechos. Estos procedimientos serán implementados de forma tal que eviten la creación de obstáculos para actividades legítimas, incluido el comercio electrónico y, conforme a la legislación de cada una de las Partes, que preserven los principios fundamentales tales como libertad de expresión, procesos justos y privacidad.

5. Cada Parte proporcionará protección jurídica adecuada y recursos jurídicos efectivos contra la acción de eludir medidas tecnológicas²⁰⁶ efectivas que sean utilizadas por los autores, artistas intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas en relación con el ejercicio de sus derechos, y que respecto de sus obras, interpretaciones o ejecuciones y fonogramas restrinjan actos que no estén autorizados por los autores, artistas intérpretes, o ejecutantes o los productores de fonogramas concernidos o permitidos por la ley.

Ley Sinde (España).

Ley Sinde, (en referencia a la ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde), una disposición de la Ley de Economía Sostenible (LES) que regula el cierre de páginas web que den acceso sin permiso a contenidos protegidos por derechos de autor.

Ley de Economía Sostenible (LES), cuya disposición final primera contiene una regulación específica para perseguir las páginas web que faciliten las descargas no autorizadas de archivos sujetos a derechos de autor como películas, canciones

²⁰⁶ Medidas tecnológicas significa cualquier tecnología, dispositivo o componente que, en el curso normal de sus operaciones, se diseña para prevenir o restringir actos, con respecto a obras, ejecuciones, interpretaciones o fonogramas, que no estén autorizados por los autores, artistas intérpretes o ejecutantes o productores de fonogramas, como lo dispone la legislación de una de las Partes. Sin perjuicio del alcance de los derechos de autor o de los derechos conexos contenidos en la legislación de una de las Partes, las medidas tecnológicas deberán considerarse efectivas cuando el uso de obras, interpretaciones o ejecuciones o fonogramas protegidos estén controlados por los autores, artistas, intérpretes, ejecutantes o productores de fonogramas, mediante la aplicación de control de acceso o un proceso de protección pertinente, tal como el encriptado o codificado o un mecanismo de control de copia, que logre el objetivo de protección.

o videojuegos. Que sólo las discográficas, productoras, estudios cinematográficos, sociedades de gestión de derechos o los propios autores de las obras podrán iniciar un procedimiento de denuncia, aunque luego esta sea tramitada por la Comisión. Para la identificación de los dueños de los sitios P2P, la nueva norma da potestad a la comisión para exigir a las operadoras y proveedores de servicios de alojamiento su identificación. Los ISP²⁰⁷ no podrán negarse.²⁰⁸

Suscripción mensual (Gran Bretaña).

Para combatir la piratería en Gran Bretaña, las disqueras Universal Music y Virgin Media implementaron un servicio de descarga de música que permitirá a cualquier cliente de Virgin Media descargar canciones y álbumes del catálogo de la disquera, a cambio de una tarifa de suscripción mensual. Así, la música descargada podrá ser almacenada en cualquier dispositivo compatible con MP3 de forma permanente.

En este convenio, que es el primero que se realiza entre un ISP (Proveedor de Servicios en Internet) y una compañía discográfica, se establece que la suscripción mínima para la descarga de archivos musicales será de un año y la tarifa mensual estará por debajo del costo de dos álbumes.

La estrategia contempla también a usuarios quienes descargan de manera regular, pero no están interesados en contratar un servicio ilimitado.

Estas dos compañías trabajan en conjunto a fin de proteger los derechos de propiedad intelectual de Universal Music en la red de Virgin Media. Asimismo, la estrategia establece mecanismos para concientizar a la gente sobre la piratería online y sobre las alternativas legales que tienen.²⁰⁹

²⁰⁷ Un proveedor de servicios de Internet (o ISP, por la sigla en inglés de Internet Service Provider) es una empresa que brinda conexión a Internet a sus clientes.

²⁰⁸ http://www.elpais.com/articulo/cultura/cierre/judicial/webs/aviva/debate/necesidad/ley/Sinde/elpepucul/20100324elpepucul_7/Tes, 24 de marzo de 2010

²⁰⁹ <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/55074.html>, 11 de agosto de 2009

El Canon Digital (Argentina).

El canon digital o canon por copia privada es una tasa aplicada a diversos medios de grabación y cuya recaudación reciben los autores, editores, productores y artistas, asociados a alguna entidad privada de gestión de derechos de autor, como compensación por las supuestas copias que se hacen de sus trabajos en el ámbito privado, y que infringen la normativa de derecho de autor.

- Copia privada: En la nueva ley se sigue reconociendo el derecho a esta pero se restringe. Ahora la copia privada de una obra debe realizarse siempre a partir de una copia obtenida legalmente, y tiene que ser una persona física quien lo haga, no un sistema informático. De este modo quedan excluidas definitivamente las redes P2P de este concepto.
- Canon para soportes digitales: El canon sirve para compensar a los autores por las copias privadas que se realicen de su obra. En la nueva ley el canon alcanza casi todos los soportes digitales, incluyendo CD y DVD grabables, reproductores MP3, tarjetas de memoria e incluso teléfonos móviles. Quedan de momento exentos los discos duros y las conexiones ADSL²¹⁰.
- Puesta a disposición interactiva: Los autores y creadores que difundan sus obras a través de Internet también tendrán una compensación por lo que se denomina "derecho de puesta a disposición interactiva".
- Número de copias: Aunque se trató la posibilidad de limitar el número de copias privadas a tres, en el texto definitivo no hay tal límite. Sin embargo,

²¹⁰ Es una tecnología de acceso a Internet de banda ancha, lo que implica una velocidad superior a una conexión tradicional por módem en la transferencia de datos, ya que el módem utiliza la banda de voz y por tanto impide el servicio de voz mientras se use y viceversa. Esto se consigue mediante una modulación de las señales de datos en una banda de frecuencias más alta que la utilizada en las conversaciones telefónicas convencionales (300-3400 Hz), función que realiza el enrutador ADSL.

sí que hay límites al número de copias privadas en bibliotecas, museos y mundo de la enseñanza.²¹¹

Ley HADOPI (Francia).

La Ley Hadopi, también llamada Ley Creación e Internet, o, de manera más formal, Ley promotora de la difusión y la protección de la creación en Internet, es una ley francesa que pretende regular y controlar Internet para perseguir las infracciones de copyright. Esta ley también se ha dado a conocer como ley Oliiviennes en referencia al autor del informe en el que se inspira la ley, Denis Olivennes, o como ley de los tres avisos o de la respuesta gradual.

Objetivos:

- Crear una autoridad pública independiente, la Alta Autoridad por la Difusión de Obras y las Protección de Derechos en Internet.
- Instaurar una sanción administrativa que castigue específicamente la falta de vigilancia del acceso a Internet para su uso por un tercero para la difusión de una obra al público sin el acuerdo con los propietarios de sus derechos (la obligación fue creada por la ley DADVSI pero hasta entonces no estaba provista de sanciones).
- Imponer dichas sanciones por el método de la “respuesta gradual” o de los tres avisos: como primer aviso, un correo electrónico; como segundo aviso, un correo certificado; y como último recurso el cierre de la conexión a Internet.²¹²

²¹¹ <http://www.vialibre.org.ar/>

²¹² http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Asamblea/francesa/aprueba/ley/Sarkozy/velo/integral/elpepusoc/20100713elpepusoc_6/Tes

Guardianes de la música (México).

En México la campaña Guardianes de la música, invita a denunciar la piratería vía internet. Consta de un patrullaje en la red que será con el apoyo de los admiradores, con la intención de evitar la descarga ilícita de temas de artistas con su participación en esta campaña se pretende evitar la pérdida de empleo en este sector.²¹³ Esta es una iniciativa por parte de la AMPROFON.²¹⁴

4.4 Regulación jurídica en México.

El derecho penal mexicano sólo trata las violaciones más graves del ordenamiento jurídico, y en el marco del derecho de autor, generalmente sólo se sancionan penalmente las conductas que supongan la copia o el plagio de las obras protegidas, donde concurren dos circunstancias: el ánimo de lucro y el perjuicio del tercero, donde el beneficio obtenido posea especial trascendencia económica. Esto último, en muchos casos, supone una actividad altamente especializada, que busca la comercialización de los productos copiados o plagiados, y se define en actos tales como la exposición de las copias en comercios, catálogos de venta, y otros. Considerar estos derechos como una forma de propiedad (y no como un derecho de uso) facilita la criminalización de la copia no autorizada. Permite además a las grandes multinacionales que controlan estos derechos una equiparación con otros delitos de mayor gravedad como el robo.²¹⁵

²¹³ <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/79379.html>, 20 de octubre de 2007

²¹⁴ La Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas, A.C. mejor conocida como AMPROFON es una organización mexicana sin fines de lucro la cual agrupa más del 70 por ciento del mercado de la industria fonográfica y videográfica en México. Fue establecida el 3 de abril de 1963. AMPROFON es miembro de "Federación Internacional de la Industria Fonográfica" (IFPI, por sus siglas en inglés) y como tal defiende los intereses de la industria discográfica internacional en todo el mundo, como son la lucha contra la piratería; promover mercados de acceso justos y leyes de copyright; ayudar a desarrollar las condiciones legales y las tecnologías para que la industria de grabación prospere en la era digital; y promover el valor de la música

²¹⁵ León y Rico, Jorge, 2009, *La industria musical y los derechos de autor*, Editorial Porrúa México, p. 112.

Ley Federal del Derecho de Autor en su Artículo 231 no se menciona a la descarga digital e indica que constituyen infracciones en materia de comercio las siguientes conductas cuando sean realizadas con fines de lucro directo o indirecto:

III. Producir, reproducir, almacenar, distribuir, transportar o comercializar copias de obras, fonogramas, videogramas o libros, protegidos por los derechos de autor o por los derechos conexos, sin la autorización de los respectivos titulares en los términos de esta ley.²¹⁶

²¹⁶ Ley Federal del Derecho de autor, p. 43. Mexico.

CONCLUSIÓN.

La globalización y la tecnología avanzan conjuntamente y de manera acelerada y solo una parte de la población mundial goza de sus beneficios, mientras que la otra gran parte queda excluida de estos.

El avance de la tecnología y en particular de las TIC dio paso a la creación de internet; una manera de conectar al mundo a través de las computadoras, el uso que se le da a esta herramienta es distinto en cada persona pero principalmente se da en el uso de la información, comunicación y educación.

Con la creación de la WEB 2.0 el usuario dejó de ser pasivo para convertirse en productor y consumidor al mismo tiempo. El acceso a estas nuevas tecnologías es lo que está marcando a las recientes generaciones llamadas los “nativos digitales”.

Esta nueva forma de concebir a la sociedad dentro del ciberespacio es lo que está provocando una nueva forma de producción, distribución y consumo digital. Con la democratización de las herramientas de producción y distribución digital, los usuarios pueden crear lo que hasta hace apenas pocos años solo podían las grandes empresas. El abaratamiento del Hardware y software es lo que ha dado ese impulso a los nativos y migrantes digitales. Dentro del ciberespacio no existen problemas de stock (almacenamiento, bodega, existencia, etc.) ya que el consumo es digital y este se mide en bits y no en átomos. Los usuarios consumen casi todo. Y el consumo de música no es la excepción.

La industria discográfica no ha sabido adaptarse a la nueva economía en red y el resultado es que a partir de la década pasada esta comenzó a experimentar una fuerte caída en las ventas, y las tiendas de discos como principales intermediarios han experimentado cambios drásticos en su forma de operar. En la democratización de la distribución, los intermediarios son desechados, ya que su

función principal que era la de acercar el producto a los usuarios finales (clientes) está siendo tomada por los mismos creadores (músicos).

La industria discográfica y los gobiernos de cada país al no adelantarse a los posibles retos que implicaban las nuevas formas de producción, distribución y consumo digital, vieron como poco a poco los usuarios encontraban métodos para evadir la caja registradora y salir ilesos, creándose una fuerte crisis en las economías musicales. La creación de sistemas P2P fue lo que posibilitó la distribución a través de la red de catálogos musicales con copyright de forma gratuita e ilegal, no solo de unos cuantos miles sino de millones de archivos de audio (música).

La industria discográfica se resiste a modificar el modelo en el que basa su economía y prefiere cerrar departamentos creando desempleo. Los gobiernos presionados por la industria discográfica crean leyes que solo ayudan de forma superficial pero no atacan el problema de raíz, esto en los países desarrollados porque en los países subdesarrollados la regulación a internet es inexistente.

En México las descargas digitales de audio ilegales también llamada "piratería digital" aun no son tan populares como en E.U. o la Unión Europea, ya que existe una brecha digital.

La brecha digital es un problema social global que afecta particularmente a los países en vías de desarrollo y que marca profundas fronteras entre ellos y los países desarrollados. Entendida entonces como la distancia que separa individuos y naciones en relación al acceso a las TIC's.

En México existe una fuerte brecha digital ya que solo el 27% de la población cuenta con acceso a internet, esto no solo es un problema económico (altos costos de la mercancía, bajos salarios) ya que intervienen factores como la falta de capacitación en el uso de las nuevas tecnologías, el rechazo cultural a estas

herramientas, carencia de beneficios específicos, edad, nivel socioeconómico, una educación deficiente sobre derechos de autor. No basta con que las personas cuenten con computadora y una conexión de banda ancha ya que existe además una brecha cognitiva.

Esta situación se agrava diariamente en la población mexicana creando polos de desigualdad.

Aun así con la brecha digital el 51% de los usuarios de Internet en México descargan material con copyright de forma ilegal, las descargas digitales ilegales en el periodo 2006 – 2010 aumentaron un 352%, en el mismo periodo la venta de discos cayó un 51% con un ingreso perdido durante el último año de 5 834 millones de pesos y aunque la venta de música en línea en el periodo estudiado aumento un 634%.

Estados Unidos intento presionar al gobierno mexicano para que firmara el acuerdo ACTA (Acuerdo Comercial Anti-Falsificaciones) para combatir la “piratería digital”, este acuerdo fue rechazado por el gobierno por las fuertes presiones por parte de los usuarios en las redes sociales (Twitter, Facebook, etc.) debido a que su contenido podría violar las garantías individuales y los derechos humanos, además de vulnerar el derecho de presunción de inocencia y que en su proceso de negociación se violó la Ley sobre Aprobación de Tratados en materia Económica.

México debe crear leyes acordes a su realidad económica y social, no puede adoptar y adaptar leyes creadas en países desarrollados puesto que las situaciones económicas y sociales son distintas y debe hacerlo respetando las garantías individuales contenidas en la Constitución y la universalización del acceso a Internet. Es necesario que el gobierno regule la descarga de contenido musical de la red así como al internet para esto se propone reformar el artículo 231 en sus fracciones III y X, la cual consideraría que poner a disposición copias

de obras, fonogramas, videogramas o libros protegidos por los derechos de autor o por derechos conexos, o cualquier medio y en cualquier soporte material, sin la autorización de los titulares en términos de la Ley Federal del Derecho de Autor, constituiría un delito en materia de comercio así como se necesita crear un procedimiento y establecer un marco jurídico que regule las descargas digitales tomando como ejemplo la “Ley HADOPI” en donde el usuario tiene tres avisos de alerta para dejar de descargar material con copyright antes de ser cortada su conexión de red.

La industria discográfica debe adoptar nuevas formas de comercialización de la música utilizando las nuevas formas de producción (hardware y software), distribución (WEB 2.0) y consumo (digital) así evitara la “piratería digital” y encontrara nuevos consumidores (los nativos digitales), como alternativa a la industria discográfica y a las tiendas de discos la creación de stands de música en donde los usuarios que no cuenten con una PC y conexión a internet puedan descargar música de un catalogo universal en una USB con función de reproductor de música a bajo costo, también necesario que gobierno e iniciativa privada se unan en el combate a la piratería digital bajando los precios de la música digital ya que en este proceso no interviene el material físico.

Estamos ante el comienzo de una era digital en donde el mercado y los consumidores se reconfiguran, los intermediarios son innecesarios, las herramientas de producción y distribución se han democratizado y la creación de leyes que regulen toda actividad en internet respetando las garantías individuales son más que necesarias.

BIBLIOGRAFÍA.

Anderson, Chris, 2007, *La economía Long Tail: De los mercados de masas al triunfo minoritario*, Ediciones Urano.

Aronson, Perla, 2007, *Notas para el estudio de la globalización*, Editorial Biblos.

Attali, Jacques, 1995, *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*, Siglo Veintiuno Editores.

Campos García, José Luis, 2008, *Cuando la música cruzo la frontera digital. (Aproximación al cambio tecnológico y cultural de la comunicación musical)*, Editorial Biblioteca Nueva.

Castells, Manuel, 1999, *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*, La factoría 7.

De la Dehesa, Guillermo, 2007, *Comprender la Globalización*, Alianza Editorial.

Flores Simental, Raúl, 2008, *¿Qué es la brecha digital? Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

García Canclini, Néstor, 2007, *Lectores, Espectadores e Internautas*, Gedisa Editorial.

Gumusio-Dagron, Alfonso, 2009, *¿Hay democracia en la Red?*, Revista Etcétera 106, Agosto.

Held, David y McGrew, Anthony, 2003, *Globalización/Antiglobalización: Sobre la reconstrucción del orden mundial*, Ediciones Paidós.

- Ianni, Octavio, 1999, *La era del Globalismo*, Siglo Veintiuno Editores.
- León y Rico, Jorge, 2009, *La industria musical y los derechos de autor*, Editorial Porrúa México.
- Lessing, Lawrence, 2004, *Cultura libre*, Creative Commons Attribution-ShareAlike.
- López Beltrán, Elia, 2006, *Globalización: Una explicación de la economía mundial actual*, UNAM.
- Ohmae, Kenichi, 2005, *El próximo escenario global*, Wharton School Publishing.
- Reyes, Giovanni E, 2001, *Teoría de la Globalización: Bases fundamentales*, Revista Tendencias de la Facultad de Ciencias económicas y Administrativas Vol. II N° 1.
- Rodríguez Gallardo, Adolfo, 2005, *Tecnologías de la información y Brecha digital en México 2001 – 2005*, UNAM.
- Salama, Pierre, 1990, *La economía gangrenada. Ensayos sobre la hiperinflación*, Siglo Veintiuno Editores.
- San Segundo, Rosa, 2001, *La información electrónica como articulación del capitalismo*, Revista Binaria N° 1.
- Serrano Santoyo, Arturo y Martínez Martínez, Evelio, 2003, *La brecha digital: Mitos y Realidades*, Universidad Autónoma de Baja California.
- Tello Leal, Edgar, 2008, *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*, Universitat Oberta de Catalunya.

Varios Autores, 2009, *Contra el Copyright*, Tumbona Ediciones.

Yúdice, George, 2007, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Gedisa Editorial.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.

De la Cruz, Rafael, 1987, *Tecnología y Poder*, Siglo Veintiuno Editores.

Forester, Tom, 1992, *Sociedad de Alta Tecnología*, Siglo Veintiuno Editores.

Herrera, Amílcar, 1994, *Las Nuevas Tecnologías y el Futuro de América Latina*, Siglo Veintiuno Editores.

Melville Hall, Richard, 2010, *La obsolescencia de la Industria discográfica*, Rolling Stone Magazine 153, Diciembre, Argentina.

Porter, Michael E, *La Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*, Grupo Editorial Patria.

Saxe-Fernández, John, 1999, *Globalización: Crítica a un Paradigma*, UNAM.

Villareal, Rogelio, 2006, *El Periodismo Cultural en Tiempos de la Globalifobia*, Ediciones sin Nombre.

VIDEOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.

Andreas Johnsen, Ralf Christensen y Henrik Moltke, *Good Copy Bad Copy*, A documentary about the current state of copyright and culture, 2007, EUA.

Dannoritzer, Cosima, 2010, *Comprar, tirar, comprar: La obsolescencia programada*, RTVE, España.

Gaylor, Brett, 2008, *RiP!: A Remix Manifesto*, Canal D, B-Side Entertainment. Inglaterra.

Grueso, Stephane, 2009, *Copiad, malditos!*, Creative Commons, España.

Trostel, Sandra, 2010, *Utopia Ltd.*, Tiny Terror Productions GbR, Alemania.