

**Universidad Nacional Autónoma de México**  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



---

**La música en Internet en el capitalismo cultural del siglo XXI:**

***El caso: “The Big Three” vs Electronic Frontier Foundation***

---

**Tesis de licenciatura**

PRESENTA

*José Carlos San Germán López*

Relaciones Internacionales

Asesor: Maestro F. Alejandro Pedraza Cortés

**México, 2014**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

*A la Universidad Nacional Autónoma de México y a la sociedad de este gran,  
pero somnoliento país,*

*A mi familia, porque el río se cruza gracias a las piedras,*

*A mis amigos y contemporáneos, porque con ellos habrá que pujar o  
claudicar,*

*A Isabel, con quien compartí, disfruté y abandoné la niebla.*

# ÍNDICE

---

<b>Introducción.....</b>	<b>6</b>
<b><i>Prelude.....</i></b>	<b>10</b>
<b>1. Primer movimiento. CULTURA Y CAPITALISMO.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 La dimensión cultural.....</b>	<b>12</b>
1.1.2 Un concepto de cultura	
1.1.2.1 La reproducción social	
1.1.2.2 Producción y significado: lenguaje y comunicación	
1.1.2.3 Lo humano, la identidad y lo político	
1.1.3 El juego, la fiesta y el arte	
1.1.3.1 El arte como lenguaje: el artista y la obra de arte	
1.1.3.2 La música como lenguaje artístico	
1.1.4 La crisis cultural contemporánea	
<b>1.2 Una Economía Política de la Música.....</b>	<b>34</b>
1.2.1 Red de la Música sacrificial	
1.2.2 Red de la Música en representación	
1.2.3 Red de la Música repetitiva	
1.2.4 Una nueva red de la música en composición	
<b>1.3 El capitalismo cultural o semicapitalismo.....</b>	<b>39</b>
1.3.1 El campo de producción y de circulación de los bienes simbólicos	
1.3.2 El Capitalismo decimonónico y la globalización	
1.3.3 Las industrias culturales	
1.3.4 Nuevos conceptos en torno a la producción cultural	
1.3.5 Un <i>tempo nuevo</i>	

**Interlude**

**2. Segundo Movimiento. DE LO MATERIAL A LO INMATERIAL**

**2.1 Historia y descripción de la industria discográfica.....54**

2.1.1 ¿Cómo funcionaban las industrias discográficas?

2.1.2 ¿Cómo funcionan ahora las industrias discográficas?

2.1.3 *The Big Three*

**2.2 Del paradigma análogo al digital.....76**

2.2.1. Historia del internet

2.2.2. Redes P2P (Redes Peer to Peer)

**2.3 Los intermediarios culturales.....92**

2.3.1 Las acciones legales

2.3.2 Tratados internacionales sobre Propiedad Intelectual y Derecho de Autor

2.3.3 Copyright y Copyleft

2.3.4 Las acciones no legales

**2.4 La defensa organizada.....102**

2.4.1 *Electronic Frontier Foundation*: una historia de la protección de la libertad donde la ley y la tecnología colisionan.

2.4.2 Las actividades de la EFF



warner | music | group



## ***Entr'acte***

### **3. Tercer movimiento. CONTEMPORANEIDAD CONFLICTIVA**

#### **3.1 El dios Apolo Musageta y Marsias el sátiro.....112**

##### 3.1.1 Una metáfora

#### **3.2 El estado actual de la industria de la música en el entorno digital.....115**

##### 3.2.1 Análisis de los principales indicadores económicos

###### 3.2.1.1 La Industria de la Propiedad Intelectual en los EE. UU.

###### 3.2.1.2 La Industria musical a nivel global

###### 3.2.1.3 La Industria discográfica a nivel global

###### 3.2.1.4 Tabla histórica de las ventas de formatos a nivel internacional

##### 3.2.2 Análisis del Tráfico en Internet por Regiones - Horas Pico en Accesos Fijos

###### 3.2.2.1 Norte América

###### 3.2.2.2 Europa

###### 3.2.2.3 Asia-Pacífico

###### 3.2.2.4 Latinoamérica

#### **3.3 La dimensión cultural de Internet.....129**

#### **3.4 La Música en Internet como un asunto de Postpolítica Internacional....131**

##### 3.4.1 La política

##### 3.4.2 La Postpolítica

##### 3.4.3. La lucha política en la crisis cultural contemporánea

#### **3.5 Una nueva economía política de la Música.....137**

##### 3.5.1 Repensar la música

##### 3.5.2 Las nuevas redes musicales

#### ***Finale* – Conclusiones.....143**

#### **Fuentes.....150**

# Introducción

“Sin medios de defensa contra la música, estoy obligado a sufrir su despotismo y, según su capricho, a ser dios o guiñapo.”

Emil Michel Cioran

Vivimos una época proteica, donde la tecnología continúa generando –cada vez con mayor velocidad y rango de impacto– importantes cambios en las prácticas culturales, tanto en la forma de concebirlas, como en la ortodoxia de sus estructuras y mecanismos. Este fenómeno genera una creciente relevancia en los asuntos culturales, empujando su estudio y discusión a nivel local e internacional.

El capitalismo contemporáneo –conceptualizado como capitalismo cultural, tardío o semicapitalismo– es un factor primordial para comprender la forma en la que los fenómenos culturales están transformando las antiguas formas de concebir y valorizar la producción y distribución de bienes culturales, así como las prácticas que los rodean. Los múltiples lenguajes artísticos (cine, fotografía, literatura, música, pintura, etc.), y el surgimiento de la “sociedad de la información”, en conjunto con toda la nueva gama de tecnologías (computadoras, dispositivos móviles, Internet, redes y protocolos especiales, etc.), están labrando, a nivel internacional, una nueva topografía en la comunicación humana.

El objeto de estudio de esta investigación es la música, comprendida como un lenguaje simbólico y artístico, que continúa siendo parte esencial de muchas prácticas y rituales sociales, pero que se ha convertido en un preciado y controversial bien cultural, al ser no solo vehículo de sensaciones estéticas o herramienta de memoria histórica y axiológica, sino también un mecanismo de comunicación tan efectivo, que como mercancía u obra de arte, es capaz de transmitir mensajes, configurando la percepción e identidad de los sujetos.

La presente se enfoca en analizar y explicar dos fenómenos que coexisten hoy en día de una manera sumamente compleja y conflictiva: la lucha de un poderoso grupo de intereses corporativos por mantener una vigencia legítima de su *status* de intermediarios culturales, en un contexto institucional-jurídico regido por figuras como la propiedad intelectual, los derechos de autor y las licencias, con un marcado interés puramente económico; y el relativamente reciente surgimiento de toda una nueva gama de perspectivas sobre las múltiples formas de establecer nuevos vínculos culturales y mercantiles, que conllevan a la creación y consolidación de espacios alternativos entre quienes producen lenguajes musicales y quienes los consumen. Ambas posturas se insertan, de manera general, en el fenómeno de una modernidad capitalista, donde cada una construye un discurso, gestiona cierta organización y realiza acciones concretas, con el fin de subsistir.

La hipótesis central de la investigación afirma que la lógica mercantil de la expansión del capitalismo cultural ha logrado la expropiación parcial de acceso y expansión de los diversos universos simbólicos, controlando su producción y consumo, que en última instancia altera la autonomía del proceso cultural. Uno de los más redituables lenguajes en dicha lógica mercantil de la cultura ha sido el arte, por lo que la música, al ser un lenguaje artístico, ha entrado en el proceso de la mercantilización, configurándose como un bien de la industria cultural.



En un segundo momento, se plantea la existencia de lógicas contrarias a la mercantil, que encuentran en Internet un espacio de resistencia para romper el monopolio sobre el acceso a los lenguajes musicales. Dicha lógica de resistencia coadyuva a la recuperación de la trascendencia del lenguaje musical dentro de los universos simbólicos culturales, generando un proceso de ruptura del monopolio del acceso a la producción y consumo de lenguaje musical, desplazando la influencia de las industrias discográficas como intermediarios. Internet propicia, a través del mismo proceso de ruptura del monopolio musical, la creación de nuevos vínculos entre los artistas y el público.

El caso de estudio seleccionado aborda dos grupos diametralmente opuestos: “*The Big Three*” define a las tres más grandes y aun activas empresas discográficas en la actualidad: *Universal Music Group*, *Sony Music Entertainment* y *Warner Music Group*. Hoy en día, estas tres grandes corporaciones han absorbido a todas las que existieron durante el siglo XX (*EMI*, *Parlophone*, *Polygram*, etc.), tomando el control jurídico sobre los derechos de grandes catálogos musicales, obteniendo amplias ganancias monetarias gracias a su propiedad. En este caso, nuestro objeto de estudio, el lenguaje musical-simbólico, se convierte en objeto de acumulación con fines lucrativos.

La Electronic Frontier Foundation (Fundación de la Frontera Electrónica) es una organización civil pionera que surgió en la década de 1990, en los EE. UU., en los albores del uso del Internet como medio de comunicación. El motivo de su fundación fue la protección de los derechos civiles de los usuarios frente a los posibles abusos gubernamentales, empresariales o privados, de cualquier índole. Con el paso del tiempo, gracias a la complejización de las relaciones jurídicas y morales de los contenidos disponibles en Internet, la EFF expandió su rango de acciones jurídicas y de activismo a favor de los usuarios. En este caso, la música es objeto de representación de una demanda por la apertura de las posibilidades de nuevos vínculos para crear, distribuir y valorizar la música, eliminando o reduciendo la influencia de los intermediarios.

El primer capítulo aborda la labor teórica para la conceptualización de los fenómenos esenciales para el análisis: la cultura, los lenguajes, la comunicación, la economía política de la música y el capitalismo. El objetivo es componer un marco teórico pertinente, que permita ligar la argumentación sobre la relevancia de la dimensión cultural y las transformaciones más refinadas del capitalismo. El segundo capítulo aborda un análisis histórico y contemporáneo de la condición de los dos grandes espacios en los que se despliega el papel de la música como lenguaje: por un lado el surgimiento y transformaciones del Internet como espacio de contenidos, y el de la creación, consolidación y adaptación de las industrias discográficas. Ambos serán reflexionados tanto desde la esfera del análisis estructural e institucional, hasta el marco jurídico y discursivo. El tercer capítulo ahonda en la comprensión de la raíz de la conflictividad entre estas dos esferas, argumentando mediante un análisis cuantitativo y una revisión teórica, la relevancia contemporánea de la propiedad de los bienes inmateriales que participan de la dimensión humana como mecanismo esencial para la reproducción material e identitaria.

El análisis es muy pertinente en la actualidad, ya que si bien es un proceso que no ha concluido con la preeminencia de ninguno de los dos paradigmas, es necesario ser sensibles a los cambios a nivel jurídico, ético y concreto de la pugna. Internet se ha convertido en un espacio con un alto grado de libertad de acción en muchos sentidos, pero también es un campo restrictivo de operaciones económicas, gubernamentales y privadas. Actualmente, es blanco de un posible control cada vez más efectivo, en detrimento de la libertad de los usuarios, y en beneficio de quienes puedan encausar y delimitar su uso. Ante esta posibilidad, surgen las más diversas posturas en torno a su defensa como espacio de expresión y comunicación. En el caso específico de los lenguajes culturales, existen quienes pretenden ejercer un control sobre su uso y distribución y aquellos que pretenden que exista un grado de libertad tal que permita a los involucrados en los procesos creativos y de consumo decidir directamente sobre los vínculos mercantiles, publicitarios, organizativos, distributivos, etc.

# Prelude

“Sin embargo, hay que aprender a juzgar una sociedad por sus ruidos, por su arte y por sus fiestas más que por sus estadísticas. Al escuchar los ruidos, podremos comprender mejor adónde nos arrastra la locura de los hombres y de las cuentas, y qué esperanzas son todavía posibles. [...]

Entre los ruidos, la música, en tanto que producción autónoma, es una invención reciente. [...] Ambigua y frágil, en apariencia menor y accesorio, ha invadido nuestro mundo y nuestra vida cotidiana. [...] Hoy día también, dondequiera que la música este presente, también está ahí el dinero. [...] La música, disfrute inmaterial convertido en mercancía, viene a anunciar una sociedad del signo, de lo inmaterial vendido, de la relación social unificada en el dinero. [...]

Espejo de la sociedad, [la música] nos remite a una evidencia: la sociedad es mucho más de lo que las categorías del economicismo, marxista o no, quisieran hacernos creer. [...] La música es más que un objeto de estudio: es un medio de percibir el mundo. Un útil de conocimiento. Hoy día, ninguna teorización mediante el lenguaje o las matemáticas es ya suficiente, porque está demasiado cargada de significantes previos, incapaz de dar cuenta de lo esencial de esta época: lo cualitativo y lo impreciso, la amenaza y la violencia. [...] Hay pues que imaginar nuevas formas teóricas radicalmente nuevas para hablar de las nuevas realidades. [La música refleja] [...] la fabricación de la sociedad; es la banda audible de las vibraciones y los signos que hacen a la sociedad. [...]

[La música] [...] no es inocente: incuantificable, improductiva, signo puro, hoy en día en venta, dibuja a grandes rasgos la sociedad en construcción, en donde lo informal es producido y consumido en serie, en donde la diferencia es recreada artificialmente en la multiplicación de objetos casi idénticos. [...]

Aun cuando no fuera más que un rodeo para hablar al hombre de la obra del hombre, para escuchar y hacer oír su enajenación, [...] escuchar la música, es escuchar todos los ruidos y darse cuenta que su apropiación y su control es reflejo de poder, esencialmente político.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Jacques Attali, *Ruidos. Ensayo sobre la Economía Política de la música*, México, Siglo XXI Editores, 1995, pp.11-12.

## ***Primer movimiento:*** **CULTURA Y CAPITALISMO**

“Cada vez que una generación se asoma a la terraza de la vida parece que la sinfonía del mundo debe adaptarse a un *tempo* nuevo.”

Giovanni Pappini, *Un uomo finito*

*¿Es verdaderamente la cultura, como lo cree Camus, el grito de los hombres frente a su destino?* Este capítulo aborda a la cultura como una dimensión de la realidad humana, con la intención de conceptualizarla, teniendo siempre presente una complejidad inherente y profunda, ya que desde un acercamiento científico, ontológico, filosófico, epistemológico o hermenéutico, la cultura implica un conflicto comprensivo, discursivo y práctico. Dicho concepto nos permitirá establecer, a través de la música, una línea de concordancia argumentativa entre el fenómeno cultural como proceso histórico y el capitalismo actual, donde la acumulación de lenguajes y símbolos es cada vez más relevante y extensiva.

Al utilizar el concepto de cultura, desplegamos toda una categoría de análisis, repleta de fenómenos muy dinámicos, en constante interacción. Estos parecieran abarcar todo aquello que es propiamente humano: el lenguaje, las formas de lo político, los valores, la cosmovisión, las ideologías, el arte, la sensibilidad estética, las estructuras y relaciones sociales (familiares, productivas, educativas, jurídicas, etc.), la religión, el ejercicio de la violencia y el poder, las formas de administración de lo público, la noción de la propiedad, e inclusive hasta la percepción espacio-temporal de los individuos y comunidades. Por lo tanto, para pensar estos fenómenos en relación con la *reproducción social*, la cultura, vista como una especie de *espacio vital*, más que como una simple *estructura contenedora*, se convierte en una herramienta de suma utilidad. La necesidad de comprender la

existencia y sentido de las vigas de lo cotidiano, de la identidad, de la diferencia, del conflicto y su resolución, se traduce en el esfuerzo por abordar la construcción de un concepto de la cultura. Para efectos de esta investigación, se ha seleccionado -para el análisis específico de lo cultural- el trabajo desarrollado por el filósofo ecuatoriano-mexicano Bolívar Echeverría. Su labor académica abreva de diferentes corrientes de pensamiento: la teoría crítica (Karl Marx, Antonio Gramsci, Max Horkheimer, T. W. Adorno, Immanuel Wallerstein, Georg Lukács, Herbert Marcuse, etc.), la filosofía (Jean Paul Sartre, Martin Heidegger), la antropología y la hermenéutica (Claude Levi-Strauss, Ernst Cassirer, Clifford Geertz); alcanzando a desarrollar una teorización e investigaciones en torno al concepto de la cultura de gran amplitud epistemológica.

El aparato crítico de la presente tiene un acercamiento a estas formas de pensamiento, por lo cual es sinérgica la orientación hacia los trabajos teóricos de Bolívar Echeverría, al considerarlos una fuente de análisis pertinente, y que permanece abierta a la posibilidad de ser complementada con conceptos de un pensamiento más reciente, con el ánimo de profundizar en el dilema de la crisis cultural, el semicapitalismo, los lenguajes artísticos, la era digital y la economía política de la música.

### *1.1. La dimensión cultural*

Si bien la actividad filosófica y académica en torno a la cultura no es nueva, ha sido apenas en un periodo relativamente reciente que se ha vuelto a generar un debate sustancial en torno al concepto, tanto en las ciencias sociales como en las humanidades. En este debate han participado muchas especialidades de ambos universos epistemológicos, sin embargo, la gran efervescencia de la antropología y la etnografía durante los siglos XIX y XX, coadyuvó a que paulatinamente la atención de muchos filósofos, lingüistas, teóricos políticos, sociólogos y economistas se enfocara cada vez más en redoblar esfuerzos por comprender a cabalidad los fenómenos culturales.

El mismo Bolívar Echeverría reflexiona sobre la actualidad del enfoque del pensamiento en torno a la cultura, y afirma que existe una “[...] especie de desconfianza frente a la teoría, [un] ‘horror a la teoría’ atraviesa el horizonte de la investigación científica de los fenómenos culturales; [...] abre las puertas a la arbitrariedad especulativa [...] y fomenta la proliferación de teorías *ad hoc* [...] [alejando los] teoremas clave que se requieren para alcanzar una ‘traducción múltiple y cruzada’ de los distintos saberes contemporáneos sobre la dimensión cultural [...]”.<sup>2</sup>

Ante la complejidad y envergadura de la dimensión cultural, muchas disciplinas han optado por reafirmar su dominio específico de conocimiento y metodología, tratando de articular un discurso coherente dentro del espectro de fenómenos culturales, mientras que otras han intentado coordinarse con distintos campos epistémicos, con la intención de consolidar un discurso alterno. En esa línea de pensamiento, uno de los giros teóricos y metodológicos más importantes del siglo XX en el terreno de los estudios culturales, fue el de superar la noción estructuralista, para abordar la posibilidad de los universos simbólicos:

“La cultura dejó de ser considerada [a finales de la década de 1970 y durante todo el desarrollo teórico-filosófico de las décadas subsecuentes, como] una superestructura, para entenderse como una producción simbólica que entra a formar el imaginario, es decir, el océano de imágenes, de sentimientos, de expectativas, de deseos y de motivaciones sobre el que se funda el proceso social, con sus cambios y sus virajes.”<sup>3</sup>

Es a partir de este filtro teórico-metodológico que la investigación describirá y analizará el fenómeno de la música, no solo como un antiguo lenguaje artístico, sino como un factor cultural internacional, que se desenvuelve con una dinámica muy compleja en un espacio tan relevante como lo es el Internet, convirtiéndose en un tema altamente controversial en la actualidad.

---

<sup>2</sup> Bolívar Echeverría, *Definición de la cultura*, México, F.C.E., 2010, p.12.

<sup>3</sup> Franco Berardi, *Generación Post-Alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*, Argentina, Tinta Limón Ediciones, 2007, p. 52.

### 1.1.2 Un concepto de cultura

La razón fundamental para trabajar con el concepto de cultura de Bolívar Echeverría es su capacidad sintética en la definición de la complejidad cultural. Partiendo de este marco conceptual, podremos abarcar de manera más pertinente las posteriores definiciones concernientes a los lenguajes artísticos, y su presencia en los procesos y espacios de comunicación internacional contemporánea, específicamente la música en Internet.

En su acepción más general, Bolívar Echeverría trabaja a la cultura como el “cultivo” de las formas identitarias, como un momento esencial de la reproducción social en lo concreto y en lo imaginario. En este proceso existen dos niveles esenciales: el primero involucra una actividad rutinaria, automatizada e inconsciente de las formas identitarias; el segundo es esencialmente una actividad autónoma y autocrítica de las mismas formas.

“La cultura es el momento autocrítico de la reproducción que un grupo humano determinado, en una circunstancia histórica determinada hace de su singularidad concreta; es el momento dialéctico del cultivo de su identidad. Es por ello coextensiva a la vida humana, una dimensión de la misma; una dimensión que sólo se hace especialmente visible como tal cuando, en esa reproducción, se destaca la relación conflictiva (de sujeción y resistencia) que mantiene –como ‘uso’ que es de una versión particular o subcodificada del código general del comportamiento humano– precisamente con esa subcodificación que la identifica.”<sup>4</sup>

“La cultura se refiere tanto a la invención como a la preservación, a la discontinuidad como a la continuidad, a la novedad como a la tradición, a la rutina como a la ruptura de modelos, al seguimiento de las normas como a su superación, a lo único como a lo corriente, al cambio como a la monotonía de la reproducción, a lo inesperado como a lo predecible.”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, pp. 163-164.

<sup>5</sup> Zygmunt Bauman, *La cultura como praxis*, Traducción de Albert Roca Álvarez, España, Editorial Paidós, 2002, p.22.

Por lo tanto, teóricamente hablando, la noción cultural que plantea Bolívar Echeverría responde pertinentemente a las condiciones actuales del profundo conflicto, local e internacional, presente en la transición de la ortodoxia tecno-cultural agonizante del siglo XX, a la todavía inestable recombinación de dichos factores en el flamante siglo XXI. “Cultura, cultivo crítico de la identidad, quiere decir, [...] todo lo contrario de resguardo, conservación o defensa; implica salir a la intemperie y poner a prueba la vigencia de la subcodificación individualizadora, aventurarse al peligro de la ‘pérdida de identidad’ en un encuentro con los otros realizado en términos de interioridad o reciprocidad.”<sup>6</sup>

#### 1.1.2.1 La reproducción social

El primer escalafón en la dimensión cultural de Echeverría son los *sistemas de producción*, que se basan en las necesidades y capacidades de producción y consumo del ser humano. Así, la reproducción social es “[...] un proceso de modificación de la figura de la socialidad mediante la producción y el consumo de objetos prácticos: de bienes producidos, de productos útiles, o con valor de uso”.<sup>7</sup> Es en general un proceso de *autorrealización* del sujeto. “Éste, en tanto sujeto de trabajo, proyecta ser él mismo pero en una figura diferente (así sea solo la de satisfecho) a partir del momento en que llegue a consumir las transformaciones que pretende hacer en la naturaleza.”<sup>8</sup>

El rasgo más particular del proceso de reproducción social es “[...] la constitución y la reconstitución de la síntesis de su sujeto, [...] [donde el sujeto resultante tiene] no solo abierta sino impuesta la posibilidad de ser diferente del sujeto que lo inició.”<sup>9</sup> Es por este motivo que Echeverría lo determina como un proceso de reproducción meta-material, donde interviene la identidad, siendo entonces de un corte inminentemente comunicacional y político.

---

<sup>6</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.164.

<sup>7</sup> Bolívar Echeverría, *ibídem*, p.62.

<sup>8</sup> Bolívar Echeverría, *ibídem.*, pp.56-57.

<sup>9</sup> Bolívar Echeverría, *ibídem.*, p.57.



La producción-consumo material y simbólica adquiere una gran relevancia, ya que el ser humano tiene una presencia estructuralmente inestable, siempre en cuestión, y se define desde dos acciones divergentes, “[...] la del trabajo y la del disfrute, [...] [por lo tanto existe] la posibilidad de que aquello que él habrá de ser a partir de un momento dado –el del consumo- no sea idéntico a lo que ha venido siendo hasta el momento anterior –el de la producción.”<sup>10</sup>

#### 1.1.2.2 Producción y significado: lenguajes y comunicación

Una parte de la definición de cultura de Echeverría corre en paralelo a diversas aportaciones de la hermenéutica, que, en coordinación con la semiótica, la antropología y la filosofía, ha logrado construir un sentido conceptual muy pertinente de lo cultural, y se han convertido en referentes primordiales en cualquier análisis cultural, son herramientas para pensar lo cultural. Pensar a la cultura como una construcción simbólica, o mejor, *como una compleja articulación de redes simbólicas*.<sup>11</sup>

El mismo Ernst Cassirer afirma que el ser humano se enfrenta con la realidad de un modo no inmediato, la trata *sólo por mediación de las construcciones simbólicas* del lenguaje, el mito, el arte, la magia y la ciencia. Clifford Geertz establece que la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medio de los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida.<sup>12</sup>

En este sentido, la hermenéutica comparte el enfoque antropocéntrico de la cultura con los trabajos de Bolívar Echeverría. Este enfoque, ampliamente

---

<sup>10</sup> Bolívar Echeverría, *op.cit.*, p.57.

<sup>11</sup>Cassirer (1944) & Geertz (1973), en Julio Amador Bech, “Los modelos de comunicación y los límites del estructuralismo. Perspectivas para una teoría antropológica”, México, *Derecho a Comunicar: Revista científica de la Asociación Mexicana de derecho a la información*, No. 2, mayo-agosto, 2011, p.15.

<sup>12</sup> Ernst Cassirer & Clifford Geertz, en Julio Amador Bech, *Ídem*.

trabajado por Geertz, afirma que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido y que la cultura es esa urdimbre, por lo tanto todo análisis cultural ha de ser “[...] *no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones.*”<sup>13</sup> Enfocados en esto, es necesario comprender una de las producciones inmateriales más importantes para el ser humano: el lenguaje, que a su vez, y en su multiplicidad de expresiones, genera el amplísimo y complejo fenómeno de la comunicación.

### *Lenguaje*

Pocos fenómenos sociales son tan relevantes en la vida del ser humano como la producción y consumo de lenguajes, por lo que es necesario analizarlos en la lógica de *creaciones, comunicación, apropiación y emancipación*. El sociólogo chileno, Rafael Echeverría, desarrolla un análisis en torno a un modelo esencial de la comunicación humana, con el lenguaje como viga maestra. Somos seres lingüísticos, nuestra realidad, está determinada por nuestra capacidad de generar y utilizar el lenguaje, cualquiera que este sea. “Un objeto es siempre una relación lingüística que establecemos con nuestro mundo. Los objetos son constituidos en el lenguaje.”<sup>14</sup>

La actividad lingüística del ser humano cuenta con una marca distintiva, que la diferencia de las formas comunicativas del resto de los seres vivos, ya que tiene una “[...] capacidad para abarcar un número muy grande de signos consensuales y, especialmente, para crear nuevos, [...] es recursivo.”<sup>15</sup> Es decir, que tenemos la posibilidad de reflexión y manipulación tanto del lenguaje como de aquello que construimos con él. Se convierte en una forma de producción continua de relatos autorreferenciales y externos, de sentido, aportando siempre a la construcción de la identidad, yendo más allá del discurso.

---

<sup>13</sup> Clifford Geertz (1997), en Julio Amador Bech, *op. cit.*, p.15.

<sup>14</sup> Rafael Echeverría, *Ontología del lenguaje*, Argentina, Ediciones Granica, 2008, p.51.

<sup>15</sup> Rafael Echeverría, *ibídem*, p.53.

En su relación directa con en el gran mecanismo que es la cultura, el lenguaje “[...] es un sistema de coordinación de la coordinación del comportamiento y está presente en nuestras acciones. La producción de relatos es sólo una forma de actuar en la vida. Existen muchas otras formas de enfrentar la vida que no siempre están incluidas en los relatos que contamos sobre nosotros, [...] cada comunidad desarrolla sus propios modos de enfrentar la vida, de hacer las cosas.”<sup>16</sup> Echeverría establece una precondición fundamental para la evolución del lenguaje en el *corpus* social, un *dominio consensual*, donde “[...] los participantes de una interacción social comparten el mismo sistema de signos (gestos, sonidos, etc.) para designar objetos, acciones o acontecimientos en orden a coordinar sus acciones comunes.”<sup>17</sup>

Sin embargo, un lenguaje jamás podrá ser un espacio uniforme, ya que surge en su interior una constante interacción diferenciada, una estructura de relaciones, en la que cada sujeto desempeña un papel y momento dentro de determinada comunidad, participando inevitablemente en un proceso de individualización. “Así, el lenguaje no puede fijarse o aislarse. Un signo lingüístico es siempre un punto de partida para la interpretación; es decir, es un punto de partida para la creatividad.”<sup>18</sup> Esta es, probablemente con la recursividad, una de las cualidades más importantes de todo lenguaje, y al anularla o restringirla, pierda una gran parte de su fuerza. Otra característica esencial reside en que “[...] paradójicamente, todo lenguaje tiene una cierta permanencia, ningún lenguaje puede transformarse radicalmente. Siempre constituye, quierase o no, una resistencia indestructible [...]”<sup>19</sup>

Ante las posibilidades que abre el lenguaje, como una de las más potentes herramientas de identidad, interna o externa, se relaciona estrechamente con la capacidad creativa, proveniente de la reflexión. “Una vez constituidos como

---

<sup>16</sup> Rafael Echeverría, *op. cit.*, p.57.

<sup>17</sup> Rafael Echeverría, *ibidem*, p.50.

<sup>18</sup> Antonio Paoli, *La lingüística en Gramsci. Teoría de la Comunicación Política*, México, Ed. Coyoacán, 2002, p. 80.

<sup>19</sup> Antonio Paoli, *ibidem*, p. 47.

individuos, debido a la capacidad recursiva del lenguaje humano, somos capaces de observarnos a nosotros mismos y al sistema al que pertenecemos, y de ir más allá de nosotros y de esos sistemas. Podemos convertirnos en observadores del observador que somos y podemos actuar.”<sup>20</sup> Como un fenómeno que surge de una interacción, debemos asumirlo como un gran sistema de representación e interpretación. “Representa e interpreta lo que los sujetos sociales han vivido y que desean vivir. Remite a un conjunto de hechos y a un conjunto de anhelos.”<sup>21</sup>

El lenguaje es también “[...] codificación del pensamiento, es una forma de memoria histórica (la fundamental, al parecer), que nos llega después de un largo pasado de transformaciones sucesivas.”<sup>22</sup> Quienes usan cualquier tipo de lenguaje, “[...] aplican esos sistemas a la realidad que los circunda. Los modos de ver, interpretar, y ordenar la experiencia, constituyen formas de objetividad, que se han ido generando históricamente, y cuya estructuración no debe estudiarse como algo que se detiene, sino como una dinámica, como un proceso que incide necesariamente en el lenguaje y lo conforma.”<sup>23</sup> Así, todo lenguaje es un “[...] continuo proceso de metáforas y la historia de la semántica es un aspecto de la historia de la cultura, el lenguaje es al mismo tiempo una cosa viviente y un museo de fósiles de la vida y de la civilización.”<sup>24</sup>

A pesar de esta condición ineludible en los lenguajes, tendemos a ver en ellos sólo “[...] una técnica expresiva y no nos damos cuenta de que ante todo es una *clasificación y una ordenación del flujo de la experiencia sensorial, que resulta en cierto orden del mundo, en determinada segmentación de lo real, fácilmente expresable con el tipo de medios simbólicos empleados por [...] [el lenguaje] mismo.*”<sup>25</sup> La historia de los lenguajes se convierte también en un escaparate para observar la historia de las relaciones sociales “En el lenguaje se codifican las

---

<sup>20</sup> Antonio Paoli, *op. cit.*, p.61.

<sup>21</sup> Antonio Paoli, *idem*.

<sup>22</sup> Antonio Paoli, *ibidem*, p. 18.

<sup>23</sup> Antonio Paoli, *ibidem*, p. 23.

<sup>24</sup> Antonio Gramsci, *El Materialismo Histórico y la Filosofía de Benedetto Croce*, Argentina, Ed. Lautaro, 1958, p.150.

<sup>25</sup> Ferruccio Rossi-Landi, *Ideologías de la Relatividad Lingüística*, Argentina, Ediciones Nueva Visión, 1979, p.31.

relaciones sociales, y frecuentemente aparece en él con nitidez lo que los [...] [sujetos] de una época creían que era el ser y el deber ser de su sociedad.”<sup>26</sup>

Bolívar Echeverría piensa el lenguaje de manera similar, y resalta la existencia inherente de una *tensión comunicativa o interindividual*.<sup>27</sup> Esta surge por la convivencia de diferentes lenguajes y discursos que utiliza ese mecanismo básico, donde en “[...] cada uno de los procesos de reproducción individual el sujeto, en tanto que *productor de objetos concretos*, intenta siempre modificar la forma en que viven los otros individuos sociales –aquellos que consumirán sus productos en calidad de bienes-, y el ‘mismo’ sujeto, en tanto que *consumidor de objetos concretos*, está siempre dejándose modificar en su modo de vida.”<sup>28</sup> “A través del objeto práctico, el sujeto en tanto que productor [y/o consumidor] se relaciona consigo mismo. A través del uso del objeto, es decir, del disfrute [...] el consumidor interioriza la propuesta de alteración de la forma social común a ambos que fue lanzada por el productor.”<sup>29</sup>

En este caso, la música se convierte en un objeto práctico, un bien de consumo cultural, que no puede ser infravalorado como factor histórico y social, y por lo tanto, como vehículo comunicativo, sobretodo en una época como la digital, en la que dicho paradigma ha permitido su proliferación.

Si observamos con cuidado el proceso cultural que va desarrollando la argumentación de Bolívar Echeverría, los lenguajes artísticos adquieren un papel preponderante en este mecanismo de producción y consumo socializado de objetos prácticos, de objetos culturales. El objetivo es contextualizarlos en una realidad tan dinámica como la actual, donde la producción y consumo de los mismos han adquirido una velocidad y dimensiones globales.

---

<sup>26</sup> Antonio Paoli, *op. cit.*, p.38.

<sup>27</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, pp.74-75.

<sup>28</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem*, p.75.

<sup>29</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem.*, pp.67-68.

## Comunicación

El concepto de comunicación, como fenómeno entre seres humanos, es quizás uno de los más elaborados y esquematizados de manera formal, al menos durante el siglo XX. Todos los esfuerzos teóricos han resultado de alguna manera en paradigmas sumamente limitados, con una marcada tendencia reduccionista de un fenómeno con una gran complejidad. Desde la comunicación definida en términos estructurales con Roman Jakobson, hasta el desarrollo y predominancia de esquemas informáticos de la misma, esta noción de la comunicación no es de interés ni relevancia teórica para la investigación. Con el objetivo de evitar una infructífera revisión de la evolución histórica del concepto esquemático de comunicación, nos enfocaremos en el trabajo epistemológico de la hermenéutica filosófica:

“Ha sido la hermenéutica filosófica la que ha propuesto un enfoque radicalmente diferente, planteando el problema de la comunicación desde una perspectiva *ontológica*. [...] [Demostrando] que la comunicación *es lo propio de nuestro ser, en tanto que seres humanos*. Es precisamente a partir de este *giro ontológico* que se hace posible plantear adecuadamente el problema de la comunicación. Desde esta perspectiva, la comunicación tiene un sentido más originario, determinado por nuestro propio ser: *no podemos existir sino a condición de interpretar y comunicar*.”<sup>30</sup>

Bolívar Echeverría determina la existencia de un *proceso de semiosis comunicativa*, entre los lenguajes que producen conocimiento y los que articulan o simbolizan, un “[...] entrecruzamiento en el que cada uno intenta prevalecer sobre el otro, convirtiendo [dicho proceso] en una realidad plural y proteica.”<sup>31</sup> Así, la comunicación se convierte en un proceso de producción/consumo semiótico, y “[...] debe reconocerse un proceso de humanización o de interiorización de lo Otro en el mundo de lo humano; un proceso en el que el uso del habla, la producción de significaciones o de objetos prácticos, al poner en funcionamiento un código o

---

<sup>30</sup> Julio Amador Bech, *op. cit.*, p.16.

<sup>31</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.90.

un campo instrumental, lo emplea y se somete a él mismo al tiempo que desborda su efecto simbolizador, su eficiencia técnica, y cuestiona su capacidad simbolizadora o su instrumentalidad.”<sup>32</sup>

El lenguaje humano, “[...] –el proceso de comunicación por excelencia- puede ser considerado como una variante del proceso de producción/consumo de objetos prácticos, una variante del proceso de producción/consumo de significaciones.”<sup>33</sup>

Y este, funciona a través de la producción de signos. “Un signo está constituido por un determinado hecho perceptible de algún modo a través de los sentidos, [siempre pensando que es una significación que adquiere un valor coyuntural en cierto momento de la comunicación].”<sup>34</sup>

Una vez que comprendemos la relevancia del sistema de los lenguajes, es necesario insertarlo en el contexto que atañe a esta investigación: la de los medios de comunicación. Una de las vertientes ampliamente estudiada en el siglo XX ha sido la de la comunicación mediática: “Como ha explicado Thompson (1998), la comunicación mediática es un fenómeno social contextualizado forma parte de contextos y al mismo tiempo los modela. La comunicación es, por tanto, una forma de acción, ligada a formas institucionales y a mecanismos de poder.”<sup>35</sup>

“Fascinados por las innovaciones tecnológicas o aterrados por la desublimación de la cultura, olvidamos que la comunicación, sus mediaciones y sus dinámicas no han sido nunca exteriores al proceso cultural. La comunicación es dimensión constitutiva de las culturas, grandes o chicas, hegemónicas o subalternas. Comprender las transformaciones culturales implica entonces dejar de pensar la cultura como mero *contenido* de los medios y empezar a pensarla como proceso de comunicación regulado a un mismo tiempo por dos lógicas: la de las *formas*, o matrices simbólicas, y la de los *formatos* industriales.”<sup>36</sup>

---

<sup>32</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.89.

<sup>33</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem*, p.85.

<sup>34</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem*, p.91.

<sup>35</sup> Héctor Fouce, “¿La Música tiene significado?”, España, *La Música Pop y Rock*, Editorial UOC, 2007, p.25.

<sup>36</sup> Jesús Martín-Barbero, “Industrias culturales: Modernidad e identidad”, España, *Dossier, Análisi*, Núm. 15, 1993, p. 9.

### 1.1.2.3 Lo humano, la identidad y lo político<sup>37</sup>

Echeverría proyecta la existencia de una *distancia* entre los sujetos y las sociedades con su entorno reproductivo como elemento esencial en su definición de cultura. Dicha *distancia*, permite el ejercicio de la crítica, es una mirada sobre sí mismos, que rompe con el flujo inmediatista y automático de las formas simbólicas. El fenómeno de la apertura latente de momentos de *existencia festiva* se convierte en una oportunidad de *ruptura*. Esto significa la irrupción de un *momento político* en la rutina de la reproducción, un recordatorio de la libertad humana, que reside en la posibilidad de la *mímesis autocrítica*, donde sistemáticamente se destruyen o desmontan el aparato y la consistencia cualitativa del mundo de la vida para ser reconstruida. La *existencia festiva* es la mimesis de una revolución imaginaria, es un recordatorio de que también somos capaces de *instaurar orden, fundar códigos* y no simplemente *ejecutarlos*.

Bolívar Echeverría rescata el uso del concepto *télos* para revelar la potencia que tiene la dimensión cultural en la vida humana, ya que “[...] no sólo es una precondition que adapta la presencia de una determinada fuerza histórica a la reproducción de una forma concreta de vida social [...] sino un factor que es también capaz de influir el acontecimiento de hechos históricos.”<sup>38</sup>

La dimensión cultural “[...] no sólo está presente en todo momento como factor que actúa de manera sobredeterminante en los comportamientos colectivos e individuales del mundo social, [...] también puede intervenir de manera decisiva en la marcha misma de la historia, aun cuando no frene o promueva procesos históricos, aunque no les imponga una dirección u otra, es siempre, en todo caso, la que les imprime un sentido.”<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> *cf.*, Bolívar Echeverría, Conferencia dictada el 23 de octubre del 2009 en el auditorio del Museo Universitario de Arte Contemporáneo, dentro del Coloquio Internacional: “Razón y revolución, organizado por el Centro de Estudios Teóricos y Multidisciplinarios en Ciencias Sociales de la FCP y S de la UNAM, México, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dDGbKAAjhNs>, [consulta: 17 de diciembre de 2013].

<sup>38</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.23.

<sup>39</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem*, p.24.



En la relación con las formas del ejercicio del poder, el lenguaje es una herramienta muy útil, ya que todo “[...] aparato de hegemonía que desarrolla sistemas de dirección y dominio de una sociedad, tiende a definir y redefinir constantemente, a través de su lenguaje y de su acción, sus finalidades sociales, su sentido, sus formas de interpretar la realidad.”<sup>40</sup> De igual manera, mantiene la tendencia de traducir ese sentido y formas a todos los lenguajes posibles, logrando una extensión más efectiva de su hegemonía.

La identidad humana determina en gran medida las acciones u omisiones políticas, económicas, militares, familiares, etc. Por lo tanto, las expresiones de ésta en los diversos lenguajes simbólicos disponibles se convierten en herramientas de poder, ya que “[...] el lenguaje que nombra, normativiza y valora la realidad, es un elemento cultural clave en la conformación de toda voluntad ético-política.”<sup>41</sup> El lenguaje es simplemente un campo más de las luchas políticas, por lo que observar de cerca sus mecanismos es muy importante.

Por lo tanto, en “[...] esas condiciones, se genera un nuevo lenguaje que comporta una nueva teoría, teoría que toma su sentido y se conforma a la luz de nuevas prácticas sociales.”<sup>42</sup> La interpretación de la vida social “[...] sólo beneficia a quien controla los procesos sociales. Mientras los grandes contingentes humanos se autoperciban como ajenos a los sistemas de organización social, serán fácilmente dominados. El lenguaje dominante tiene el papel específico de reforzar, como medio de legitimación, los modos de percepción.”<sup>43</sup>

En este sentido, es necesario enfocarnos en cualquier proceso institucional o no, que interviene, en calidad de intermediario, en la construcción de la identidad. En el caso de la música, este fenómeno lo localizamos en las industrias culturales.

---

<sup>40</sup> Antonio Paoli, *op. cit.*, p. 68

<sup>41</sup> Antonio Paoli, *Ibidem.*, p. 15.

<sup>42</sup> Antonio Paoli, *Ibidem.*, p. 73

<sup>43</sup> Antonio Paoli, *ídem.*

### 1.1.3 El juego, la fiesta y el arte

Una parte esencial de la definición de cultura de Bolívar Echeverría es el *momentum* tripartito de la experiencia lúdico-festiva-artística del ser humano. La primera parte abarcó la dimensión de la reproducción social material y simbólica, es decir, la dimensión de lo cotidiano. Pero esta segunda, aborda una dimensión completamente diferente, la que corresponde a la ruptura y la reconfiguración. Estos tres momentos comparten un rasgo común: “[...] la persecución obsesiva de una sola experiencia cíclica, la *experiencia política fundamental* de la anulación y el restablecimiento del sentido del mundo de la vida.”<sup>44</sup> El proceso destruye y reconstruye la ‘naturalidad’ de la condición humana, una necesidad inherente a nuestra existencia.

El juego se fundamenta en el *placer y la ruptura lúdica*, que traen consigo los “[...] momentos de crisis y recomposición imaginaria de la incuestionabilidad de todas las leyes naturales y, por tanto, también de aquellas artificiales que, dándose por naturales, sostienen, para bien y para mal, el edificio social establecido.”<sup>45</sup>

*La fiesta* “[...] en lo público y en lo privado, es la puesta en acto de una ‘revolución’ imaginaria, es decir, de una abolición y una restauración simultaneas, en el más alto grado de radicalidad, de la validez de una configuración concreta de lo humano.”<sup>46</sup> Y por último, la experiencia *poética o estética*, donde se “[...] intenta revivir aquella experiencia de plenitud que tuvo mediante el trance en su visita al escenario festivo, pero pretende hacerlo sin el recurso a ceremonias, ritos ni drogas: retrotrayéndola al escenario de la ‘conciencia objetiva’, normal, rutinaria [...], revivirla a través de dispositivos especiales que se concentran en el oficio del artista, destinados a alcanzar una reproducción o mimetización de la perfección del objeto festivo.”<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.175

<sup>45</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem*, p.177

<sup>46</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem.*, p.179

<sup>47</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem.*, p.180

### 1.1.3.1 El arte como lenguaje: el artista y la obra de arte

Si nos enfocamos específicamente en la *experiencia poética o estética*, tenemos que analizar el papel tanto del artista como de sus producciones. Existe un consenso “universal” en torno a la obra de arte, en cuanto a que ésta debe producir una *emoción estética*, ya sea de corte psicofisiológico o simbólico. Especialmente la música tiene un gran potencial para modificar de distintas maneras y en diferentes grados, tanto el estado de ánimo como los horizontes simbólicos.

Las obras de arte son “[...] copias de lo vivo empíricamente en la medida en que proporcionan a éste lo que se le niega fuera. Sacan a la luz continuamente capas nuevas, envejecen, se enfría, mueren. Están vivas en tanto que hablan, de una manera que está negada a los objetos naturales y a los sujetos que las hicieron. Hablan en virtud de la comunicación de todo lo individual en ellas. En tanto que artefactos, productos del trabajo social, las obras de arte se comunican también con la empiria [...], y de ella extraen su contenido.”<sup>48</sup> No es por nada que el gran pintor ruso, Wassily Kandinsky, jamás olvidara recalcar siempre el contexto social como cuna y lienzo, partitura, barro u hoja en blanco para arte: “Cualquier creación artística es hija de su tiempo y, la mayoría de las veces, madre de nuestros propios sentimientos.”<sup>49</sup>

“El carácter doble del arte en tanto que autónomo y en tanto que *fait social* [relación productiva estética] se comunica sin cesar en la zona de su autonomía. En esa relación con la empiria, las obras de arte salvan, neutralizando, lo que alguna vez los seres humanos experimentaron literal y completamente en la existencia y lo que el espíritu expulsó de ésta. Participan en la Ilustración porque no mienten: no fingen la literalidad de lo que habla desde ellas.”<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Theodor W. Adorno, *Teoría Estética*, España, Ediciones Akal, 2004, p.14.

<sup>49</sup> Wassily Kandinsky, *De lo espiritual en el arte*, México, Ediciones Coyoacán, 2005, p.7.

<sup>50</sup> Theodor W. Adorno, *ibídem*, p.15.

Tanto la obra como su productor se vuelven piezas activas en el proceso de reproducción social simbólica de Echeverría: “La creación del artista en general [...], será fundamental en el desarrollo de una nueva voluntad política, pero a condición de que parta y se proyecte en el contexto histórico.”<sup>51</sup> “Pues la libertad absoluta en el arte entra en contradicción con la situación perenne de falta de libertad en el todo.”<sup>52</sup> “La autonomía que el arte obtuvo tras quitarse de encima su función cultural y sus secuelas se nutría de la idea de humanidad, por lo que tambaleó cuanto menos la sociedad se volvía humana. Pero la autonomía del arte es irrevocable.”<sup>53</sup>

El arte en la modernidad es “[...] una forma de crear una totalidad en un mundo fragmentado [...], resolución de la disonancia vital entre sujeto y objeto, el arte reconcilia al hombre con lo fragmentario del mundo y en este sentido, es antropomorfizador, devuelve la centralidad al hombre [...]”<sup>54</sup> Existe una tendencia a la verdad, que “[...] descansa en su poder para quebrar el monopolio de la realidad establecida [...] para definir lo que es real. En esta ruptura, que consiste en el mayor logro de la forma estética, el mundo ficticio del arte aparece como la verdadera realidad.”<sup>55</sup> El artista se convierte en “[...] el productor de objetos o de discursos capacitado excepcionalmente –por su disposición especial, por su dominio de ciertas técnicas– para proporcionar a la comunidad oportunidades de experiencia estética, mimesis del objeto o la palabra festivos.”<sup>56</sup> El juego, la fiesta y el arte son realizaciones prácticas de la cultura, se manifiestan en la producción y consumo de cosas, en la emisión y recepción de significaciones. Siempre existe un discurso poético que fomenta una “[...] actividad práctica destinada a traer lo extraordinario-imaginario al plano de la rutina cotidiana.”<sup>57</sup>

---

<sup>51</sup> Antonio Paoli, *op. cit.*, p. 16.

<sup>52</sup> Theodor W. Adorno, *op. cit.*, p.9.

<sup>53</sup> *Ídem*

<sup>54</sup> Eric Moench, “Música y sociedad en el capitalismo tardío”, España, *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, No. 31, Universidad Complutense de Madrid, marzo de 2011, p.2.

<sup>55</sup> Herbert Marcuse, *La dimensión estética. Crítica de la ortodoxia marxista.*, España, Ed. Biblioteca Nueva, 2007, p.63

<sup>56</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.180.

<sup>57</sup> *Ídem*

### 1.1.3.2 La música como lenguaje artístico

En el segundo plano del esquema de Echeverría, surge el *piso de la experiencia estética-artística*, donde dichos lenguajes –a través de obras concretas, *performance*, actos en vivo, etc. — tienen como materia prima a la experiencia festiva, reforzándola y provocando un discurso que influye en ese proceso de destrucción-reconstrucción de las identidades. Nuestro objeto de estudio - proveniente de dicha experiencia estética- es la música, por lo tanto es menester establecer, más que solo una definición, un sentido de su existencia. “La Música comienza en el momento en que el hombre se descubre a sí mismo como un instrumento de música, cuando el hombre descubre que los sonidos que produce con su propio cuerpo son capaces de regulación, [...] [cuando] comprende que puede manejarlos, combinarlos, el sonido se convierte en materia de algo nuevo, en vehículo de algo extraordinario.”<sup>58</sup>

En un sentido formalista y objetivo, la música es esencialmente “[...] melodías, armonías y ritmos. La melodía consiste, cuando menos, en una simultaneidad de sonidos. El ritmo, que depende de las múltiples combinaciones que afectan a la duración de los sonidos influye, lo mismo sobre las melodías que las armonías; no hay, en consecuencia, ni melodía ni armonía sin ritmo.”<sup>59</sup>

Sin embargo, además de dicho formulismo, existe un constante debate, tanto formal como informal -que carece actualmente de un consenso- en torno a la existencia o no del mecanismo de transmisión de significado en la música, que se enfoca en explicar “[...] una forma de comunicación interhumana en la que el sonido [...], humanamente organizado, es percibido como vehículo de patrones de cognición afectiva (emocional) y/o gestual (corpórea)’ (Tagg, 2002).”<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Adolfo Salazar, *La música como proceso histórico de su invención*, México, F.C.E, 1950, p.11.

<sup>59</sup> Ma. Luisa Rodríguez Sala de Gómezgil, “La Sociología de la Música en Max Weber: Aportes para su difusión”, México, *Revista Mexicana de Sociología*, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, Vol. 27, No. 3, Septiembre – Diciembre, 1965, p. 843.

<sup>60</sup> George Yúdice, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, España, Editorial Gedisa, 2007, p.29.

Existen dos viejas posturas en la discusión sobre dicha capacidad de la música como lenguaje: los *formalistas*, para quienes la música sólo puede expresar ideas musicales, para ellos 'el significado musical descansa exclusivamente en la percepción de las relaciones desplegadas en la obra de arte musical'.<sup>61</sup> Y los *contenidistas*, para quienes la música tiene capacidad de expresar sentimientos, emociones y conceptos, ya que comunica también significados que de alguna manera se refieren al campo extramusical de los conceptos, de las acciones, de los estados emocionales y del carácter'.<sup>62</sup> Dicho debate tiene sentido pleno dentro de los límites de la tradición artística occidental culta. Porque el paradigma de la música tradicional "[...] siempre se ha relacionado con un contexto: hay canciones para rezar, canciones de fiesta, canciones de trabajo."<sup>63</sup>

"Es necesario tener en cuenta el hecho de que durante mucho tiempo la música ha estado vinculada a ritos sociales y ha sido unificada por ellos: música religiosa, música de cámara; en el siglo XIX, el lazo entre la música y la representación teatral en la ópera (sin hablar incluso de significaciones políticas o culturales que ha podido tener en Alemania o en Italia) ha sido también un factor de integración."<sup>64</sup> La música "[...] puede ser considerada como lenguaje provisto de morfología y sintaxis, y por consiguiente una auténtica transmisora de conceptos; mientras que es indudable que, en la mayoría de los casos, la música no es otra cosa que pura expresividad de imágenes sonoras."<sup>65</sup> Defender que la música tiene significado y que es una fuerza social destroza la idea del arte como creación espiritual. Negar la capacidad de la música para transmitir significado es que 'lo que es producto social y en consecuencia posible objeto de *análisis sociológico* no es arte; el arte está por encima de la sociedad y es por eso por lo que no admite ningún análisis sociológico'.<sup>66</sup>

---

<sup>61</sup> Héctor Fouce, *op. cit.*, p.25.

<sup>62</sup> De acuerdo con los trabajos del musicólogo Leonard Meyer, *Ídem*.

<sup>63</sup> Héctor Fouce, *Ibidem*, p.26.

<sup>64</sup> Michel Foucault, "Michel Foucault & Pierre Boulez. La música contemporánea y el público", Francia, *CNAC Magazine*, no.15, 1983, p.199.

<sup>65</sup> Hans Joachim Moses, *Teoría general de la Música*, México, Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana – UTEHA, 1965, p.137.

<sup>66</sup> Enrico Fubini en Héctor Fouce, *op. cit.*, p.26.

La música constituye desde hace milenios una actividad expresiva vital para el ser humano. Objeto de experiencias místicas o religiosas, memoria histórica colectiva, ritos, etc., a través de ella “[...] puede escaparse de la sujeción a las leyes naturales del Universo, ya que por medio de su imaginación, [...] traslada a otros tiempos y también a otros lugares. En términos psicofisiológicos es un excitante que produce una reacción en quienes la escuchan, reacción que se traduce en todo un complicado conjunto de emociones, de sentimientos, de estados de ánimo, de producción de imágenes y hasta de ideas y [...] modificaciones de carácter fisiológico [...]”<sup>67</sup>

Es decir que el repertorio de impactos de la música abarca los “[...] efectos socio-afectivos (cómo la música entrelaza afectos e identidades sociales) y efectos sensoriales. Los primeros refieren a lo social, pues rebasan la dimensión psicológica individual al servir como vínculos entre la sonoridad y sentido.”<sup>68</sup>

“En síntesis, la música es una percepción, una forma de viajar por la vida, un mecanismo de comunicación, *un lenguaje universal*, porque es uno de los lubricantes esenciales que permite prolongar las relaciones interpersonales sin importar fronteras. Mediante la música aprendemos a construir redes sociales. La música comunica de cierta forma la personalidad, porque genera una etiqueta social, “[...] sin palabras, sin ningún manejo del espacio, es capaz de entregarnos significados espaciales o lingüísticos, [...] la música [nos da la plenitud plástica o lingüística] con sus propios medios, la sucesión de sonidos, usados en una mimesis del tiempo concreto ritualizado.”<sup>69</sup>

Sin pretensiones de aportar una conceptualización totalizadora del fenómeno musical, esta noción nos permitirá abordar cabalmente a la música en su faceta irrenunciable de lenguaje artístico, para asociarla con el fenómeno de la mercantilización y la digitalización.

---

<sup>67</sup> Ma. Luisa Rodríguez Sala de Gómezgil, *op.cit.*, p. 848.

<sup>68</sup> George Yúdice, *op. cit.*, p. 30.

<sup>69</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.188.

#### 1.1.4 La crisis cultural contemporánea<sup>70</sup>

Otra de las razones por las que el marco teórico abreva del trabajo de Bolívar Echeverría, es que permite no solo pensar a la cultura, sino pensar también la crisis de la cultura; que en Occidente es multifacética: abarca los cánones estéticos, la noción de la valorización, la producción y reproducción de lo simbólico, la disputa por la manutención de un esquema de control en el proceso productivo y de disfrute, la negación latente de la apertura de momentos y espacios de autocrítica, y la posibilidad de que la cultura y el arte se cumplan a cabalidad como procesos sociales.

El ser humano construyó a lo largo de milenios *un mundo institucional-canónico*, con la intención de aligerar su existencia subjetiva y social. Con la complejización de las relaciones y dimensiones de la sociedad, ese mismo constructo se ha convertido progresivamente en un lastre. Por ejemplo, las funciones *festivo-estéticas* del cultivo de la identidad se convirtieron en una actividad administrada e integrada, obedeciendo a posibilidades técnicas y a la existencia de potentes cánones que guían su sentido. En otras palabras, es el nacimiento del proceso cultural subordinado a la lógica de acumulación del capital. En ese sentido, la industria cultural se convirtió en una institución que entorpecía la libertad en la autonomía *festivo-estética-artística* del ser humano.

El lamento de la imposibilidad del ser humano de ser sujeto político ante el Dios omnipotente del valor que se auto valoriza es un hecho. Esta deidad construye una naturalidad de segundo orden, que en su capacidad para destruir lo concreto-singular, también tiene una capacidad para absorber e integrar nuevas formas y lenguajes de expresión. Junto con esa *teología mercantil* surge toda una ritualización de la vida cotidiana, de los objetos y las experiencias, generando

---

<sup>70</sup> Cfr., Bolívar Echeverría, Conferencia dictada el 23 de octubre del 2009 en el auditorio del Museo Universitario de Arte Contemporáneo, dentro del Coloquio Internacional: "Razón y revolución, organizado por el Centro de Estudios Teóricos y Multidisciplinarios en Ciencias Sociales de la FCP y S de la UNAM, México, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dDGbKAAjhNs>, [consulta: 17 de diciembre de 2013].



todo un dogma contemporáneo, conocido como *el dogma de la compenetración esencial*, donde la modernidad no puede ser pensada más que en una forma capitalista. El capitalismo encausa a la modernidad, exacerbando lo más predatorio de la neo-técnica del ser humano. Esto ha generado un amplio proceso de *enajenación*, donde el valor busca generalizar todo proceso productivo que esté en un marco más amplio, como el de la reproducción social.

*La refuncionalización* surge como una alternativa de rebelión-resistencia ante dicho proceso de enajenación, ya sea mediante el accionar de un sujeto o de la colectividad. Se trata de lograr, aunque sea a escala micro simbólica, una disfuncionalidad en la ortodoxia de los medios de producción-consumo. “Renormativizar el lenguaje, no sólo es un producto cultural que antes era ajeno, es introducir elementos a [...] [otro lenguaje], para que [se] reproduzcan modelos normativos armónicos con los sistemas [...] [impuestos].”<sup>71</sup> Una de las fuerzas que surgen en esa *refuncionalización* son las *formas estéticas salvajes*, que alteran el proceso de producción ortodoxo de la experiencia estética.

Es así como surge *el desacato ontológico*, como un horizonte en el que se trata de “[...] defender la irreductibilidad de la coherencia cualitativa que presenta el conjunto de singularidades que constituyen al mundo de la vida (la ‘lógica de la diferencia’) –la coherencia propia de la vida en su ‘forma natural’ o como proceso de reproducción de los ‘valores de uso’- frente a la coherencia puramente cuantitativa (la lógica de la identidad’) a la que pretende reducirla la modernidad mercantil capitalista.”<sup>72</sup> En otras palabras, el mantenimiento de la diferencia, con todo lo enriquecedor que esta pueda ser, fundamentada en los valores de uso, frente a una tendencia en la que el valor de cambio se extienda cada vez más. “La inversión de la relación de dependencia en que se encuentra el valor económico de las cosas respecto de su valor de uso – [...] que obliga a explicar las infinitas diferencias cualitativas del mundo de las cosas como una emanación del sujeto

---

<sup>71</sup> Antonio Paoli, *op. cit.*, p. 43.

<sup>72</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.37.

humano, dado que él es el generador de ese valor económico- no lleva al hombre moderno a abandonar la noción de espíritu como una capacidad meta-física o sobrenatural que actúa directamente para otorgar realidad a las cosas y al mundo de la vida; lo lleva más bien a ratificarla y re-encontrar esa capacidad en el ser humano, delegada [...] a la estructura técnica de este proceso.”<sup>73</sup>

Existe una necesidad de recordar al ser humano que su condición de animal gregario, que cumple con códigos de reproducción, no es perenne. También existe una libertad que le permite reinventar mundos y necesidades, rompiendo con la comodidad impuesta. En las sociedades occidentales “[...] la técnica moderna parece haber 'desencantado' al mundo, barrido con la magia y la superstición y logrado depurar al proceso de producción/consumo de todo ingrediente ajeno a la efectividad instrumental.”<sup>74</sup> “La obra cultural de una comunidad moderna es [...] motivo de orgullo -porque enaltece su 'humanidad'- y de incomodidad -porque enciende el conflicto de su identificación.”<sup>75</sup>

A grandes rasgos, este es el panorama general para la comprensión de *la dimensión cultural moderna en el proceso de reproducción social*. La investigación hará hincapié en la música como *objeto práctico y simbólico*, que a través de la *experiencia estética y el discurso poético*, participa en diversos procesos de comunicación local e internacional –políticos, identitarios, axiológicos, etc.-,

Sin embargo, además de este fenómeno, es necesario analizar el contexto económico, jurídico y ético que permean hoy en día este tipo de relaciones, ya que evidentemente no es uniforme. Específicamente hablando de la música, tenemos al menos la presencia, voluntad e intereses de tres grupos sociales: los creadores, los todavía intermediarios y los consumidores. No es posible considerar la influencia de un solo grupo en un contexto tecnológico en el que los demás pueden jugar un papel mucho más directo en la producción y consumo.

---

<sup>73</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p.27.

<sup>74</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem.*, p. 19.

<sup>75</sup> Bolívar Echeverría, *ibidem.*, pp. 26-27.

## 1.2 Una Economía Política de la Música

El economista francés Jacques Attali concibe a la música como “[...] un instrumento de poder: ritual, cuando se trata de hacer olvidar el miedo y la violencia; representativo, cuando se trata de hacer creer en el orden y la armonía; burocrático, cuando se trata de hacer callar a quienes la discuten. Así la música localiza y especifica el poder porque marca y organiza los raros ruidos de las culturas, normalizando los comportamientos, autorizan. Da cuenta de ellos. Los hace oír.”<sup>76</sup>

Así mismo, Attali propone analizar esta condición de la música desde la perspectiva de la economía política, entendiendo ésta como el análisis de la historia de “[...] una batalla para la compra y la venta de ese poder.”<sup>77</sup> También introduce una crítica: “[...] la economía política hasta el día de hoy [...] niega su existencia y su organización política. Ella quiere creer, y hacer creer, que la única cosa posible es el ordenamiento de la organización de la producción, que la exterioridad del hombre respecto de su trabajo es función de la propiedad y, por consiguiente, que la suprimimos suprimiendo al amo de la producción.”<sup>78</sup>

El modelo de análisis propuesto se centra en el estudio de la música creada, ordenada almacenada y distribuida en redes: “La música pone en juego diversos medios (voces, instrumentos), lugares de almacenamiento (rapsodas juglares, partituras, discos) y redes de difusión, es decir un conjunto de canales que ponen en comunicación la fuente musical y quienes la escuchan.”<sup>79</sup> Según Attali, es posible describir al menos tres de estas redes perfectamente consolidadas, que abarcan desde las primeras sociedades hasta el bien entrado el siglo XX. La cuarta, es apenas un esbozo de una forma radical de reconfiguración de dichas redes, aun inconclusa.

---

<sup>76</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.34.

<sup>77</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.43.

<sup>78</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.199.

<sup>79</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.50.

### 1.2.1 Red de la Música sacrificial

La primera de las redes es *sacrificial*, donde sucede la “[...] difusión de todos los órdenes, de los mitos, de las relaciones económicas, sociales o religiosas en las sociedades simbólicas. Está centralizada en el plano ideológico y descentralizada en el plano económico.”<sup>80</sup> Inserta en esa dinámica, la función primera de la música “[...] no depende de la cantidad de trabajo que en ella se aplica sino en su adecuación misteriosa a un código de poder, en la forma como participa en la cristalización de la organización social en un orden.”<sup>81</sup> Dicha función tampoco puede ser entendida a través de la noción de estética, ya que es una entelequia moderna, sino en la validez de su intervención en un canon social. Es “[...] creadora de un orden político porque es una forma menor de sacrificio.”<sup>82</sup> En el espacio de los ruidos, ella significa simbólicamente la canalización de la violencia y de lo imaginario, la ritualización de un homicidio que sustituye a la violencia general, la afirmación de que una sociedad es posible sublimando los imaginarios individuales.”<sup>83</sup>

### 1.2.2 Red de la Música en representación

La segunda red en la música surgió de la *representación*, donde su valor “[...] es valor de uso como espectáculo. Ella simula y sustituye así el valor sacrificial de la red precedente. Los intérpretes y los actores son productores de un tipo especial, remunerados en metálico por los espectadores. Esta red caracteriza a toda la economía capitalista competitiva, modo de organización primitiva del capitalismo.”<sup>84</sup> La acumulación de riquezas a través de la música surge en este momento: “Una cantante que canta como un pájaro es una trabajadora improductiva. En la medida en que vende su canto es una asalariada o una comerciante. Pero, la misma cantante contratada para dar conciertos y obtener

---

<sup>80</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.51.

<sup>81</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.42.

<sup>82</sup> Attali abreva de los trabajos sobre violencia del historiador y filósofo francés René Girard.

<sup>83</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.43.

<sup>84</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.51.

dinero, es una trabajadora productiva, porque produce directamente capital.”<sup>85</sup> En el esquema de una producción desritualizada, los “[...] empresarios de espectáculos son capitalistas, los obreros de la edición y los intérpretes son trabajadores productivos. Los compositores son rentistas.”<sup>86</sup>

### 1.2.3 Red de la Música repetitiva

La tercera red que surge es la de la *repetición*, “[...] que aparece a finales del siglo XIX con las grabaciones. Concebida como un medio de conservación de la representación, esta tecnología, creó una red nueva de organización de la economía de la música [...] [donde cada] espectador tiene una relación solitaria con un objeto material; el consumo de la música se vuelve individual, simulacro del ritual sacrificial y espectáculo ciego. Aparece como anuncio de una nueva etapa de organización del capitalismo, el de la producción en serie, repetitiva, de todas las relaciones sociales.”<sup>87</sup> En la repetición, como actividad productiva, “[...] una parte importante del *plusvalor* desprendido en la producción de la oferta debe ser gastado para producir demanda; y la repetición produce cada vez menos valor de uso.”<sup>88</sup>

Cuando se va dilucidando paulatinamente la relación entre el control de la música y el poder político, surge una pregunta esencial: “¿Quién no presiente que hoy el proceso [de apropiación de la música], llevado a su extremo límite, está a punto de hacer del Estado moderno [y los intereses corporativos] una gigantesca fuente única de emisión de ruido, al mismo tiempo que un centro de escucha general? ¿Escucha de qué? ¿Para hacer callar a quién?”<sup>89</sup> Sin ánimos de construir un discurso conspiracionista o sesgado en la investigación, estas preguntas son sumamente pertinentes, ya que la música, como todas las voces, dice mucho, o distrae mucho.

---

<sup>85</sup> Karl Marx, *El Capital, Libro I, Capítulo VI inédito*, México, Siglo XXI Editores, 1971, p.84.

<sup>86</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.63.

<sup>87</sup> Jacques Attali, *ibidem*, pp.51-52.

<sup>88</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.66.

<sup>89</sup> Jacques Attali, *ibidem*, pp.16-17.

“Sin teorizar necesariamente su control, [...] la dinámica económica y política de las sociedades [modernas, le permite al poder] invertir el arte e invertir en el arte. La monopolización de la emisión de mensajes, en control de ruido y la institucionalización del silencio de los otros son dondequiera condiciones para la perennidad de un poder [...], las leyes de la economía política se imponen como leyes de censura. La música y el músico se convierten en objetos de consumo como los demás, recuperadores de subversión, o ruidos sin sentido.”<sup>90</sup>

En este contexto, surge el “[...] monólogo de músicas estandarizadas, estereotipadas, acompaña y circunda a una vida cotidiana en la que ya nadie tiene realmente la palabra [...]. Lo que hoy día llamamos música no es, demasiado a menudo, más que un disfraz del poder monologante.”<sup>91</sup> Quizás el impacto cultural más profundo del papel de la música en esta red es la creación de “[...] una relación y un medio de colmar la ausencia de sentido en el mundo, un sistema de valores *a-político, a-conflictual, idealizado*.”<sup>92</sup> El mecanismo cultural de un cultivo autocritico de la identidad y las posibilidades políticas se ve seriamente alterado con la presencia del predominio del factor económico, generando una percepción distorsionada no solo de las relaciones culturales, sino de la realidad material y simbólica.

“Cuando el dinero aparece, la música se inscribe en el uso; la mercancía va a atraparla, producirla, cambiarla, hacerla circular, censurarla. *Ella deja entonces de ser afirmación de la existencia para ser valorada*. La música se ha convertido en una mercancía, un medio de producir dinero. Es vendida y consumida, Es analizada: ¿qué mercado tiene?, ¿qué beneficios produce?, ¿qué estrategia industrial exige? La industria de la música y todos sus derivados [...] es un elemento mayor, precursor de la economía del ocio y de la economía de los signos.”<sup>93</sup>

---

<sup>90</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.18.

<sup>91</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.19.

<sup>92</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.163.

<sup>93</sup> Jacques Attali, *ibidem*, pp.58-59.

#### 1.2.4 La nueva red de la música en composición

La última red que plantea Attali es la de la *composición*, donde “[...] más allá del cambio, la música puede ser vivida en la *composición* [...], propone un modelo social radical, en donde el cuerpo es asumido como siendo no solamente capaz de producción, de consumación o incluso de relación con otros, sino también de disfrute autónomo.”<sup>94</sup>

Su conformación como red, “[...] pasa entonces por la *ruptura* de la repetición social y del control de la emisión de ruidos. En términos más cotidianamente políticos, para por la afirmación *permanente del derecho a la diferencia*, por el rechazo obstinado del almacenamiento del tiempo de uso y de cambio, por la conquista del derecho a hacer ruido, es decir, crear para si mismo su código y su obra sin fijar por adelantado finalidad, y del derecho a conectarse con el derecho de algún otro, elegido libre y revocablemente, es decir, el derecho a componer su vida.”<sup>95</sup> Pareciera, por un momento, como si todos “[...] nosotros estamos entonces condenados al silencio, salvo que creemos en nosotros mismos nuestra propia relación con el mundo e intentemos asociar a otros hombres al sentido así creado. Componer es eso, [...] inventar códigos nuevos, el mensaje al mismo tiempo que la lengua.”<sup>96</sup>

La red de composición se revela entonces como “[...] la exigencia de un sistema de organización realmente diferente, como una red en la que pueden producirse otra música y otras relaciones sociales. Una música para disfrutar fuera del sentido, del uso y del cambio.”<sup>97</sup> La nueva red “[...] no impide la comunicación. Cambia sus reglas. Hace de ella una creación colectiva y no ya el intercambio de mensajes codificados. Hablarse es crear un código o apoyarse en un código en

---

<sup>94</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.52.

<sup>95</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.196.

<sup>96</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.198.

<sup>97</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.203.

curso de elaboración por el otro.”<sup>98</sup> Surge un proceso de subversión básica “[...] no ya almacenar riquezas sino superarlas, tocar por el otro y para el otro, entrelazar los ruidos de los cuerpos, escuchar los ruidos de los otros a cambio de los propios y crear, en común, un código en que se expresara la comunicación.”<sup>99</sup> Se trata de un red que replantea el valor de uso de la música, que “[...] está en el espectáculo de su operatividad, [...] [en] su capacidad de creación de comunidad y de reconciliación, en el imaginario del simulacro de sacrificio. Este valor de uso no tiene solo relación con el trabajo del músico, puesto que no adopta sentido sino, y por, el ‘trabajo’ del espectador.”<sup>100</sup>

### **1.3 Capitalismo cultural o Semiocapitalismo**

El último punto por revisar corresponde al análisis y definición de la transformación sustancial del capitalismo como sistema económico y modelo histórico concreto de la reproducción total y parcial de la vida humana. Es necesario realizar una constante revisión, actualización y comprobación de un concepto tan amplio y tan funcional como el del capitalismo, para adecuar a la actualidad la complejización y sofisticación de sus mecanismos de acumulación.

#### *1.3.1 El campo de producción y de circulación de los bienes simbólicos*

Pierre Bourdieu realizó un estudio sociológico en torno a la conformación del campo de producción y de circulación de los bienes simbólicos, definiéndolo como el “[...] sistema de las relaciones objetivas entre diferentes instancias caracterizadas por la función que cumplen en la división del trabajo de producción, de reproducción y de difusión de los bienes simbólicos [...]”<sup>101</sup>, que finalmente se insertó por primera vez a los grandes circuitos comerciales del capitalismo en el siglo XX, para atravesar un proceso de consolidación y crisis al final del mismo.

---

<sup>98</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.211.

<sup>99</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.212.

<sup>100</sup> Jacques Attali, *ibidem*, p.90.

<sup>101</sup> Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Argentina, Siglo XXI Editores, 2010, p.95.



En este sentido, Bolívar Echeverría hace un mapeo general, que permite comprender claramente la dicotomía entre la actividad cultural, que “[...] puede acompañar como una sombra o como un ‘aura’ a cualquier actividad rutinaria. [Y es a partir de esta] [...] actividad cultural simbiotizada con la vida cotidiana, [que] se genera espontáneamente la diferenciación de una actividad cultural que debe realizarse de manera especial y que abre su escenario propio dentro de esa misma vida. Aparece, [...] la cultura como actividad difusa y como actividad concentrada. En las sociedades se constituyen ocasiones, sitios y personas que se dedican de manera especial –que no excluyente o monopólica- al cultivo crítico de la subcodificación.”<sup>102</sup>

Históricamente, en un lapso que comprendió gran parte del siglo XIX, el campo artístico e intelectual se consolidó en oposición a todas las instancias que pretendían legislar en materia de bienes simbólicos, en nombre de una autoridad o poder que no tenía su umbral en el campo de producción. Así, “[...] las funciones objetivamente impartidas a los diferentes grupos de intelectuales o de artistas según la posición que ocupan en ese sistema relativamente autónomo de relaciones objetivas tienden a convertirse en el principio unificador y generador (por lo tanto explicativo) de sus tomas de posición y, al mismo tiempo, en el principio de la transformación, en el curso del tiempo, de esas tomas de posición en el orden de lo estético y lo político.”<sup>103</sup>

Antes del advenimiento del siglo XX y las nociones mercantiles y de propiedad - que corporativizarían dicho campo- las relaciones entre los agentes involucrados cambiaron, “[...] a medida que se constituía un cuerpo cada vez más numeroso y diferenciado de productores y vendedores de bienes simbólicos que, al mismo tiempo que se profesionalizaban, no estaban dispuestos a reconocer otras coacciones que los imperativos técnicos y las normas que definen las condiciones de acceso a la profesión; a medida, en fin, que se multiplicaban y se diversificaban las instancias de consagración (como las academias o los salones) que competían

---

<sup>102</sup> Bolívar Echeverría, *op. cit.*, pp. 168-169.

<sup>103</sup> Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p.85.

por la legitimación cultural, y las instancias de difusión [...].”<sup>104</sup> Este contexto nos da la pauta para comprender las condiciones en las que este conflicto escaló a las dimensiones económicas, siendo el siglo XX el momento histórico que no solo parió a la industria cultural, sino que la posicionó en un pedestal de legitimidad y control, hasta hace poco intacto:

“Todas las relaciones que los agentes de producción, reproducción y difusión pueden establecer entre ellos o con las instituciones específicas [...] están mediatizadas por la estructura de las relaciones entre las instancias que pretenden ejercer una *autoridad propiamente cultural* [...]: la jerarquía establecida en un momento dado entre los dominios, las obras y las competencias legítimas aparece como la expresión de la estructura de las *relaciones de fuerza simbólica* entre, los productores de bienes simbólicos, [...] y las diferentes instancias de legitimación, instituciones específicas — como las academias, los museos, las sociedades científicas y el sistema de enseñanza [o las empresas]—que consagran, por sus sanciones simbólicas y, en particular, por la *cooptación*, principio de todas las manifestaciones de reconocimiento, un género de obras y un tipo de hombre cultivado [...].”<sup>105</sup>

### 1.3.2 El Capitalismo decimonónico y la globalización

No es necesario realizar una monografía del desarrollo histórico del concepto, sino resaltar sus rasgos más importantes y generales, para poder destacar los cambios trascendentes del mismo en la actualidad. El capitalismo es ante todo, un orden de la reproducción social, -material y simbólica- relativamente reciente. Tal como lo conceptualiza Immanuel Wallerstein, es ante todo un sistema social histórico. Es “[...] escenario integrado, concreto, limitado por el tiempo y el espacio, de las actividades productivas dentro del cual la incesante acumulación de capital ha sido el objetivo o «ley» económica que ha gobernado [...] en la actividad económica fundamental.”<sup>106</sup>

---

<sup>104</sup> Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p.85.

<sup>105</sup> Pierre Bourdieu, *ibidem*, pp.102-103.

<sup>106</sup> Immanuel Wallerstein, *Ibidem*, Immanuel Wallerstein, *El Capitalismo Histórico*, Siglo XXI Editores, México, 1a. Edición en inglés, 1983 [Historical Capitalism], 1a. Edición en español, traducción de Pilar López Máñez, 1988, p. 7.

Bolívar Echeverría concuerda: el capitalismo es “[...] una forma o modo de reproducción de la vida económica del ser humano: una manera de llevar a cabo aquel conjunto de sus actividades que está dedicado directa y preferentemente a la producción, circulación y consumo de los bienes producidos.”<sup>107</sup> Para poder afirmar que la “época que vivimos es típicamente capitalista, debemos comprobar que “[...] la satisfacción de necesidades se halla, conforme a su centro de gravedad, orientada de tal modo que, si imaginamos eliminada esta clase de organización, queda en suspenso la satisfacción de las necesidades.”<sup>108</sup> Y como un esquema racional de orden de los procesos productivos y reproductivos, debe contar con un eje central, que en su caso ha estado gobernado por “[...] el intento racional de maximizar la acumulación.”<sup>109</sup> Wallerstein nos advierte que lo racional para unos, no es racional para el resto. No basta con decir que cada uno vela por sus propios intereses. Los propios intereses de cada persona a menudo mueven a ésta, de forma muy ‘racional’, a emprender actividades contradictorias.

De acuerdo a Max Weber, la “[...] premisa más general para la existencia del capitalismo moderno es la *contabilidad racional del capital como norma para todas las grandes empresas lucrativas que se ocupan de la satisfacción de las necesidades cotidianas.*”<sup>110</sup> También establece los principios operativos concretos de dichas empresas<sup>111</sup>:

1. *Apropiación de todos los bienes materiales de producción*: la tierra, tecnología, conocimiento, etc., con estatus de propiedad privada, pero de libre disposición para lucro de las empresas.
2. *La libertad mercantil*: que implica la existencia virtual de un mercado sin restricciones, ya sean de naturaleza estamental o monopólica.
3. *Técnica racional*: enfocada de lleno en una contabilidad extrema, tanto en la producción como en el intercambio.

---

<sup>107</sup> Bolívar Echeverría, “Modernidad y capitalismo. 15 tesis”, en *Cuadernos Políticos*, número 58, México, D.F., editorial Era, octubre-diciembre de 1989, p.43

<sup>108</sup> Max Weber, “El origen del capitalismo moderno”, en *Historia económica general*, México, F.C.E., 1978, p.237

<sup>109</sup> Immanuel Wallerstein, *op. cit.*, p.6

<sup>110</sup> Max Weber, *idem*.

<sup>111</sup> Cfr. Max Weber, *ibídem*.

4. *Derecho racional*: La explotación económica capitalista requiere un marco jurídico racional para ordenar, garantizar y prever cualquier detalle de administración, ya sean pérdidas o ganancias.

5. *Trabajo libre*: un número disponible de personas de una clase social desposeída de medios propios de producción, que libremente intercambian su energía productiva, actividad física y/o intelectual, en un mercado.

6. *Comercialización de la economía*: se plantea un sentido material e institucional unívoco para la satisfacción de las necesidades, donde la principal actividad es el uso generalizado de títulos de valor para los derechos de participación en las empresas y los derechos patrimoniales.

Este sistema repercutió en muchos ámbitos culturales, el más evidente en relación directa con el poder. Quienes se han regido por la ley del valor “[...] han tenido un impacto tan grande sobre el conjunto que han creado las condiciones, mientras que los otros se han visto obligados a ajustarse. [Los que aplican] [...] se han hecho cada vez más intransigentes y la penetración de estas reglas en el tejido social se ha hecho cada vez mayor, aun cuando la oposición social se haya hecho cada vez más fuerte y más organizada.”<sup>112</sup>

“Como privilegio de una minoría, el capitalismo es impensable sin la complicidad activa de la sociedad. Constituye forzosamente una realidad de orden social, una realidad de orden político e incluso una realidad de civilización. Porque hace falta, en cierto modo, que la sociedad entera acepte, más o menos conscientemente, sus valores.”<sup>113</sup>

En cuanto a un concepto tan apelado como el de la *globalización*, en constante actualización, el problema, como siempre, es quizás que el ritmo de la realidad tiene un compás demasiado complejo para seguirlo sin dificultad. En esa lógica, esta investigación busca ampliar un poco la noción ortodoxa del mismo, entendiéndola como:

---

<sup>112</sup> Immanuel Wallerstein, *op. cit.*, p.7.

<sup>113</sup> Fernand Braudel, *La dinámica del capitalismo*, México, F.C.E., 1986, p.27.

“[...] [La] renovación de un vasto proceso de acumulación primitiva [...] [que] combina estrictamente los métodos tradicionales de la expropiación originaria y la tentativa de transformación en mercancías de la totalidad del mundo de la vida y del pensamiento. [...] [Es] una nueva dinámica de privatización, parasitaria, de lo común, que subsume del Norte al Sur de la economía mundo los saberes tradicionales como saberes nuevos de la economía del conocimiento [...].”<sup>114</sup>

El historiador francés Fernand Braudel reflexiona sobre el curso y la dinámica histórica del capitalismo como un constructo local, en primera instancia, y un sistema que, por su naturaleza acumulativa, debía rebasar primero todo límite geográfico, para entonces sí explotar todas sus posibilidades: De acuerdo también con Immanuel Wallerstein, “[...] el capitalismo es una creación de la desigualdad del mundo; necesita, para desarrollarse, la complicidad de la economía internacional. Es hijo de la organización autoritaria de un espacio evidentemente desmesurado. No hubiera crecido con semejante fuerza en un espacio económico limitado.”<sup>115</sup>

En ese sentido, el componente verdaderamente *global* de dicho proceso debía abarcar la dimensión cultural, que “[...] horadando la concepción vigente de [...] [realidad] en cada una de las sociedades, en ocasiones fundiéndose con dicha concepción y en otras desplazándola por completo, comportan la plataforma *ideológica* que hace que, en la práctica, [...] [la] globalización económica no funcione de hecho como una conquista externa en vías de arruinar las economías locales, sino como la participación en un *imaginario*<sup>116</sup> asumido por todos [...].”<sup>117</sup>

“De modo que, a través de este magno ejercicio de institución social, la globalización capitalista es interiorizada como acceso a una *sociedad mundial* caracterizada por la participación en un mismo imaginario planetario. Y el proceso

---

<sup>114</sup> Carlo Vercellone, “Las políticas de desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo”, en *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, España, Editorial Traficantes de Sueños, 2004, p.67.

<sup>115</sup> Fernand Braudel, *op. cit.*, p. 100.

<sup>116</sup> El autor del artículo apoya su análisis en la conceptualización del imaginario social hecha por Cornelio Castoriadis, en su obra *La institución imaginaria de la sociedad*.

<sup>117</sup> Antonio Caro, “Publicidad y globalización”, en *Historia y Comunicación Social*, 15: 117-130, Universidad Complutense de Madrid, España, 2010, p.4.

de mundialización capitalista, que es lo que está en el trasfondo del proceso, queda así sustancialmente naturalizado.”<sup>118</sup> El “[...] *imaginario capitalista* está impregnando el modo de entender la realidad y de ejercer la cohesión social de todos los habitantes del planeta. [Dicha percepción se] ejerce en la práctica la función institucional de carácter ideológico que antes correspondía a instancias directamente supraestructurales como la religión, la familia, los organismos estatales, la política, etc.”<sup>119</sup>; un ejercicio hegemónico en forma. Sin embargo, dicha “[...] hegemonía opera ahora mediante ‘la resignificación de los conocimientos y hábitos de cada pueblo, y de su subordinación al complejo sistema transnacional’. [Este fenómeno se apoya en] un potente desplazamiento del eje de la sociedad de la política al mercado: sustitución del Estado por la empresa privada en cuanto agente constructor de hegemonía, convirtiendo a la empresa privada en la ‘verdadera’ defensora de la libertad de creación y en enlace de las diferentes culturas con la cultura universal.”<sup>120</sup>

### 1.3.3 Las industrias culturales

Uno de los conceptos clave que esta investigación debe abordar es el de las industrias culturales. Horkheimer y Adorno desarrollan, de manera concreta, la noción de un sistema cultural que tiende a estandarizarse y ser absorbido cada vez más por la esfera de lo mercantil, corporativizándose.

“Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual.”<sup>121</sup>

---

<sup>118</sup> Antonio Caro, *op. cit.*, p.4.

<sup>119</sup> Antonio Caro, *idem*.

<sup>120</sup> Jesús Martín-Barbero, *op. cit.*, p.13.

<sup>121</sup> M. Horkheimer & T.W. Adorno, *Dialéctica de la Ilustración*, Traducción de Juan José Sánchez, España, Ed. Trotta 1994, p.166.

“Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, y su esqueleto —el armazón conceptual fabricado por aquél— comienza a dibujarse. Los dirigentes no están [...] interesados en esconder dicho armazón; su poder se refuerza cuanto más brutalmente se declara. El cine [...] la radio, [la música, etc.] no necesitan ya darse como arte. La verdad que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos.”<sup>122</sup>

La lógica mercantil dicta: “Para todos hay algo previsto, a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son acuñadas y propagadas artificialmente. Cada uno debe comportarse [...] espontáneamente de acuerdo con su ‘nivel’, que le ha sido asignado previamente sobre la base de índices estadísticos, y echar mano de la categoría de productos de masa que ha sido fabricada para su tipo. Reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos sobre el mapa geográfico de las oficinas de investigación de mercado [...]”<sup>123</sup>

Desde la teoría crítica se ha construido un análisis y discurso negativo hacia las industrias culturales, como instituciones impositivas, monopólicas, lucrativas y utilitarias. Sin embargo, no debemos olvidar que más allá de ese juicio valorativo, existe la obligación de comprenderlas como mecanismos simbólicamente activos y efectivos. “La industria cultural fija positivamente, mediante sus prohibiciones, su propio lenguaje, con su sintaxis y su vocabulario. La necesidad permanente de nuevos efectos, que permanecen sin embargo ligados al viejo esquema, no hace más que aumentar, como regla adicional, la autoridad de lo tradicional [...]”<sup>124</sup> El filósofo y sociólogo francés, Edgar Morin rompe con esa determinación analítica, analizándola como un “[...] conjunto de ‘dispositivos que proporcionan apoyos imaginarios a la vida práctica y puntos de apoyo práctico a la vida imaginaria, [...] dispositivos de intercambio entre lo real y lo imaginario’. De ahí que, aunque mecanismo fundamental del funcionamiento de lo social, la alienación no puede ser convertida en efecto de la operación industrial en sí misma. Pues a su modo la

---

<sup>122</sup> M. Horkheimer & T.W. Adorno, *op. cit.*, p.166.

<sup>123</sup> M. Horkheimer & T.W. Adorno, *ibídem.*, p.168.

<sup>124</sup> M. Horkheimer & T.W. Adorno, *ibídem.*, p.173.

industria cultural trabaja los mecanismos básicos de identificación y proyección que en la era de la racionalidad instrumental dan forma a la demanda de mitos y de héroes. Si una mitología ‘funciona’ es porque en algún modo da respuesta a interrogantes y vacíos no llenados, a miedos y esperanzas que ni el racionalismo, en el orden de los saberes, ni el progreso han logrado arrancar o satisfacer.”<sup>125</sup> Las industrias culturales son “[...] dispositivos claves en la reconstitución de las identidades colectivas, esto es de los sistemas de reconocimiento y diferenciación simbólica de las clases y los grupos sociales [...]”<sup>126</sup>. El resultado es un complejo sistema de interpelación, a través del cual los sujetos se inscriben, consensual o conflictivamente, en el orden de las formaciones sociales.

#### *1.3.4 Nuevos conceptos en torno a la producción cultural*

Además de revisar las portaciones teóricas de la Escuela de Frankfurt en torno a la industria cultural, es necesario mencionar también los más novedosos conceptos, que si bien abarcan el mismo fenómeno de la producción cultural, no tienen el mismo perfil ni impacto práctico.

El término ‘economía creativa’ se popularizó en 2001, cuando el escritor “[...] británico John Howkins lo aplicó a 15 industrias, desde las artes a la ciencia y tecnología. De acuerdo a las estimaciones de Howkins, esta economía creativa tenía un valor de \$2.2 trillones de dólares a nivel mundial en el año 2000, con un crecimiento anual de 5%. La noción es muy amplia ya que abarca no solo los bienes y servicios culturales, sino también juguetes, juegos y el rubro entero de ‘investigación y desarrollo’. Por lo tanto, además de reconocer las actividades y procesos culturales como el núcleo de una nueva y poderosa economía, también considera las manifestaciones de creatividad en rubros que no son normalmente entendidos como ‘culturales’.”<sup>127</sup>

---

<sup>125</sup> Jesús Martín-Barbero, *op. cit.*, pp. 10-11.

<sup>126</sup> Jesús Martín-Barbero, *ibidem*, p.13.

<sup>127</sup> S/a, “Creative Economy Report 2013, Especial Edition: Widening Local Development Pathways”, Nueva York, *Editorial del Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas*, 2013, Dirección URL:



“El término ‘industrias creativas’ se aplica a una amplia gama de actividades productivas, que incluye bienes y servicios producidos por las industrias culturales y aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de *software*. El concepto comenzó a utilizarse en el diseño de políticas públicas [...] a principios de 1990, seguido por la transición del influyente Departamento de cultura, medios y deporte del Reino Unido, de usar el término *creativas* en vez de *cultural* [...]”<sup>128</sup>

### 1.3.5 Un tempo nuevo

La definición del capitalismo cultural podría parecer una tautología, en el sentido de tratar de conceptualizar un proceso histórico que siempre ha tenido una envergadura inminentemente cultural. Su nacimiento y consolidación implican tanto un origen con prácticas culturales muy particulares de la sociedad en la que surge, hasta los cambios que en la misma provoca. Sin embargo, es necesario explicar las metamorfosis actuales del capitalismo, ya que hoy, las tecnologías y los vínculos de poder, van más allá de la explotación, la propiedad privada y los monopolios. Las formas de acumulación han expandido su radio y se han sofisticado hasta alcanzar esferas de lo social y humano que no estaban a su alcance. El economista norteamericano Jeremy Rifkin dedica gran parte de su obra al análisis de la envergadura cultural del capitalismo:

“La producción cultural refleja la etapa final del modo de vida capitalista, cuya misión esencial ha sido siempre la de incorporar cada vez mayor parte de la actividad humana al terreno del comercio. La progresión que conduce las prioridades económicas de los bienes manufacturados a la provisión de los servicios básicos, a la comercialización de las relaciones humanas y finalmente a vender el acceso a las experiencias culturales es un testimonio de la determinación unilateral de la esfera comercial que acaba por convertir todas las relaciones en relaciones económicas.”<sup>129</sup>

---

<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>, [consulta: enero 11 de 2014], p.19.

<sup>128</sup> S/a, “Creative Economy Report 2013, Especial Edition: Widening Local Development Pathways”...*idem*.

<sup>129</sup> Jeremy Rifkin, *La Era del Acceso. La Revolución de la nueva economía*, España, Paidós, 2000, p. 6.

El filósofo francés y exponente de la teoría crítica, Guy Debord, nos advierte que la “[...] experiencia de la vida es el último estadio en la cosificación de la mercancía, o dicho de otro modo, la experiencia de la vida se ha convertido en la experiencia última en el proceso de circulación del capital.”<sup>130</sup>

Siguiendo la argumentación de Rifkin, la añeja noción de capitalismo requiere una actualización, donde el adjetivo de avanzado nos ayuda a diferenciarlo conceptualmente: “El capitalismo avanzado, por tanto, ya no es sólo fabricación de bienes o provisión de servicios, ni siquiera intercambio de información: sobre todo es la creación de elaboradas producciones culturales.”<sup>131</sup> El filósofo italiano Franco Berardi ha pensado la compleja teorización del capitalismo cultural, aportando uno de los conceptos más útiles para la misma, el *semiocapitalismo*:

“Con la expresión *semiocapitalismo* defino el modo de producción predominante en una sociedad en la que todo acto de transformación puede ser sustituido por información y el proceso de trabajo se realiza a través de recombinar signos. La producción de signos se vuelve, entonces, el ciclo principal de la economía, y la valoración económica se vuelve el criterio de valorización de la producción de signos.”<sup>132</sup>

El semiocapitalismo se ha convertido paulatinamente en un modo de producción-consumo dominante, contrastando con el *capitalismo productivista decimonónico* que alguna vez planteó Karl Marx. Berardi afirma que “[...] si la economía burguesa territorializada se basaba en la severidad iconoclasta del acero y el metal, la desterritorialización posmoderna se basa en la máquina caleidoscópica de la producción semiótica [...]: [...] los bienes que circulan en la economía global - información, flujos financieros, imaginarios- son signos, figuras, imágenes, proyecciones y expectativas.”<sup>133</sup>

---

<sup>130</sup> Jeremy Rifkin, *op. cit.*, p. 92.

<sup>131</sup> Jeremy Rifkin, *ibídem.*, p. 111.

<sup>132</sup> Franco Berardi, *op. cit.*, p. 107.

<sup>133</sup> Franco Berardi, *After the Future*, EE. UU, Editado por Gary Genosko & Nicholas Thoburn, AK Press, 2011 p.77.

El lenguaje ha adquirido cada vez una mayor relevancia en los procesos productivos, ya que no es solo un mecanismo de comunicación, ahora es considerado como una mercancía, por lo tanto, todo mecanismo de creación y reproducción se convierte en un terreno conflictivo:

“El lenguaje ya no es simplemente una herramienta para la representación del proceso económico, se convierte en la principal fuente de acumulación, continuamente desterritorializando el campo de intercambio. La especulación y el espectáculo se mezclan por la naturaleza intrínsecamente inflacionaria (metafórica) del lenguaje. La red lingüística de producción semiótica es un juego de espejos que inevitablemente lleva a las crisis de sobreproducción, burbujas y colapsos.”<sup>134</sup>

Así, el semiocapitalismo se convierte en “[...] el estadio capitalista en el que el *signo* de la mercancía se hace objeto de la producción sustituyendo a la mercancía y *aparentándose* como mercancía, como producto dotado de un *valor de uso* e intercambiable por consiguiente en el mercado en consonancia con su *valor de cambio*; cuando en realidad se trata de un ente *inmaterial* (un signo, en definitiva, que remite a sí mismo como *constructo semiótico*) cuya *necesidad* proviene de la propia producción y [...] [alcanza] una determinada demanda [...] en virtud de la *adhesión* obtenida entre sus destinatarios a favor de la *significación* construida en torno al mismo.”<sup>135</sup>

Jeremy Rifkin trata el asunto del capitalismo en su faceta contemporánea con una tendencia mercantil de horizontes muy amplios. Para él, la absorción de la esfera cultural por parte de la esfera comercial se orienta a un cambio en las relaciones humanas, porque la cultura siempre ha precedido al mercado. Primero se creaban comunidades con códigos de comportamiento, valores y significados compartidos, construyendo la confianza social en forma de capital social. Solamente después de esto se podía practicar el comercio. La esfera comercial derivaba y dependía de la cultural. La razón estaba en que la cultura era la fuente de la que manaban

---

<sup>134</sup> Franco Berardi, *After the Future*, op. cit., p.77.

<sup>135</sup> Antonio Caro, “Semiocapitalismo, marca y publicidad. Una visión de conjunto”, España, *Pensar la Publicidad*, Universidad Complutense de Madrid, vol.5, no. 2, 2011, pp. 164.

las normas de conducta sobre las que se producía el acuerdo. Pero cuando la primera comienza a devorar a la segunda, amenaza con destruir los mismos fundamentos sociales, origen de las relaciones comerciales.”<sup>136</sup> El impacto directo e indirecto de quienes controlan los medios de comunicación, que producen y reproducen los símbolos en la cultura contemporánea, es muy profundo, “[...] los vendedores acaban desempeñando el papel que antes solían tener las escuelas, iglesias, hermandades e instituciones cívicas y vecinales en la creación, interpretación y reproducción de la expresión cultural, y en la conservación de las categorías culturales.”<sup>137</sup>

Las nociones mercantiles de la realidad encomian inevitablemente el interés monetario, que muchas veces reproduce por sí mismo y para sí mismo: “[...] al economicismo [...] [no le importa] la alquimia propiamente social por la que el capital económico se transforma en capital simbólico, capital denegado o más bien desconocido, [...] ignora la lógica propiamente simbólica de la distinción que asegura provechos materiales y simbólicos a los poseedores de un fuerte capital cultural [...]”<sup>138</sup> Es por esto que el teórico político estadounidense, Frederic Jameson, reconoce que quien “[...] determina la producción de la cultura, determina la cotidianeidad – y sin eso, un sistema económico apenas podría continuar su expansión y consolidación.”<sup>139</sup>

Una vez procurado el marco teórico del proceso cultural, el mecanismo de comunicación del arte como lenguaje y la noción del capitalismo en su fase cultural, el análisis se perfila sobre la transición tecnológica y valorativa de la música en el siglo XX al XXI, específicamente en su creciente relevancia digital, entendiéndola como un lenguaje simbólico-artístico, inmerso en los procesos culturales de identidad y politicidad en el mundo moderno.

---

<sup>136</sup> Cfr. Jeremy Rifkin, *op. cit.*, p.8.

<sup>137</sup> Jeremy Rifkin, *ibidem*, p. 107.

<sup>138</sup> Pierre Bourdieu, “Los tres estados del capital cultural”, México, *Sociológica*, UAM- Azcapotzalco, 1979, núm. 5, p.3.

<sup>139</sup> Frederic Jameson, *The Cultures of Globalization*, EE. UU., Duke University Press, 2003, p.67.

# ***Interlude***

“En la música es donde la ilegalidad se desliza fácilmente y sin que se dé uno cuenta, como cosa de juego y que no ha de producir ningún mal. Ni lo produce sino paulatinamente, instalándose e instilándose suavemente en los caracteres y en las costumbres, de donde pasa, con mayor fuerza, a los contratos entre los particulares, y después de los contratos da el asalto con la mayor insolencia a las leyes y las instituciones, hasta acabar por subvertir todo [...] No se puede en absoluto alterar los modos musicales sin alterar las leyes fundamentales de la ciudad. [...] En la música, a lo que parece, es donde los guardianes han de establecer su cuerpo de guardia.”<sup>140</sup>

---

<sup>140</sup> Platón, *La República*, España, Editorial Gredos, 1988, pp. 208-209.

## ***Segundo movimiento:*** **DE LO MATERIAL A LO INMATERIAL**

“La actitud que exige por principio es esta aceptación pasiva que ya ha obtenido de hecho por su forma de aparecer sin réplica, por su monopolio de la apariencia.”

Guy Debord, *La Sociedad del Espectáculo*

*Lo nuevo no termina de nacer, y lo viejo no termina de morir.* La labor comprensiva de este segundo capítulo, pareciera adquirir un cariz que recuerda al pensamiento revolucionario de Gramsci. En esta lógica, es necesario plantear una revisión histórica de las transformaciones tecnológicas, jurídicas, éticas y prácticas de las dos principales esferas en las que se desarrolla nuestro fenómeno: las industrias culturales y el Internet. El objetivo es desplegar la evolución y condiciones actuales de ambas, en este esfuerzo por comprender cómo es que conviven y se conflictúan dos dimensiones diferentes, pero por momentos complementarias. Una que lucha por no desaparecer, por adaptarse. Y la otra, que pareciera abrirse cada vez más espacios.

Este capítulo también recoge una colección actualizada del panorama en términos de materia jurídica y extra jurídica entre los dos actores del caso de estudio, para comprender no solo la relevancia del conflicto, sino sus alcances normativos, restrictivos o liberadores en términos de comunicación y consumo a nivel internacional.

## 2.1 Historia y descripción de la industria discográfica

El origen técnico de la posibilidad de grabar sonidos para poder reproducirlos se remonta a los trabajos del escritor e impresor francés Édouard-Léon Scott de Martinville, quien en 1857 desarrolló el *fonoautógrafo*, el primer dispositivo capaz de grabar sonidos, y del *paleófono* del inventor Charles Cros. Algunas décadas después, la investigación científica en torno a esta nueva tecnología se desarrolló en la famosa competencia de patentes en los EE. UU., cuando el científico e inventor norteamericano Thomas Alva Edison desarrollara el *fonógrafo* en 1887. Apenas unos años después, el *Laboratorio Volta* -establecido en Washington D.C. por Alexander Graham Bell- desarrolló el *grafófono*. La intención era perfeccionar el dispositivo cilíndrico para la reproducción que utilizaba el aparato de Edison, por lo que en 1888 se desarrolló definitivamente el *gramófono*, cuya reproducción del sonido se basaba en un disco plano. Patentado hacia finales del mismo año por Emile Berliner, sería ampliamente utilizado hasta la primera mitad del siglo XX. El desarrollo de esta tecnología significó una revolución en el acceso al lenguaje musical, permitiendo proyectar, principalmente, un negocio multimillonario e internacional.

Durante la década de 1880 surgieron las primeras grabaciones, que más tarde era posible escuchar en lugares públicos mediante mecanismos activados por monedas; un antepasado de las rocolas. Éstos adquirieron una gran popularidad en los EE. UU., aumentando su demanda en los años subsecuentes, consolidando la posibilidad de reproducción como medio de entretenimiento. “Para 1885, el público estaba perfectamente consciente de la existencia de la música grabada como forma de entretenimiento, tanto, que el primer estudio de grabaciones, construido en 1919 por Paul Whiteman & Orchestra, produjo las primeras piezas de música grabada, vendiendo 1 millón de copias: “Japanese Sandman” y “Whispering”.<sup>141</sup>

---

<sup>141</sup> Camilo Kejner, *Is there a future? An Analysis of the Music Industry through its History and its Strategy for Survival in the Age of Peer to Peer & File Sharing Technologies*, Argentina, Universidad Católica de Negocios, Administración y Marketing, *Tesis de Licenciatura*, 2007, pp. 9-10.

El primer sello discográfico que comenzó a distribuir grabaciones fue la *Victor Talking Machine Company*, que si bien existía como corporación desde 1901, no comenzó a grabar discos hasta la década de 1920. La expansión de este tipo de corporaciones fue muy rápida. Por ejemplo, *The Victor Talking Machine Company of Japan*, ya era para 1927 una subsidiaria de la original norteamericana. Sin embargo, la capacidad del naciente negocio era aún incipiente. Para 1920, con la Gran Depresión y la competencia por los espacios radiofónicos, surgieron fusiones y compras entre empresas que buscaban entrar de lleno a la creación y distribución de materiales grabados.

En 1921 General Electric adquirió la franquicia americana de la *Marconi Wireless Telegraph*, cambiando su nombre a *Radio Corporation of America (RCA)*. En 1924 se fundó la *Music Corporation of America*, y la compañía discográfica alemana *Deutsche Grammophon* creó la *Polydor Company*, para la distribución extranjera. En 1929 Edward Lewis fundó *Decca* en Gran Bretaña, y la *RCA* compró la *Victor Talking Machines*. Para 1931 *EMI (Electrical and Musical Industries)* surgió como resultado la unión de las compañías rivales *Gramophone, Parlophone* y *Columbia*, por lejos la más grande compañía a nivel mundial, para abrir el estudio de grabación más grande del mundo entonces, en Abbey Road, en Londres.” “En 1926 la *General Electric* creó la “*National Broadcasting Company*” (*NBC*), y en 1929 la *United Independent Broadcasters* (después llamada *Columbia Broadcasting System*, tiempo después sería comprada por *Sony Corporation* para convertirse en *Sony Music*). *Decca, Mercury* y *Capitol* se unieron a *EMI, CBS* y *RCA/Victor* como los 'mayores sellos' que concentraban el 97% de los discos 'dorados' en los 30's y 40's.<sup>142</sup>

Estas prácticas comerciales, vinculadas a la competencia y el desarrollo tecnológico, se convirtieron en algo muy común. En este caso, la industria resolvió su primera crisis de desarrollo frente a la radio, al fusionarse y crear sus propios espacios institucionales.

---

<sup>142</sup> Cfr. Camilo Kejner, *op. cit.*, pp.10-11.



Hasta antes de la década de 1950, estas eran las más importantes y prestigiosas corporaciones. Fueron las primeras en tener acceso a la tecnología que les permitió grabar música y comenzar a distribuirla, sentando así las bases del incipiente mercado internacional de música. La experiencia, influencia y recursos que adquirieron serían determinantes en años posteriores, no sólo frente al surgimiento de nuevos competidores, *sino frente al Estado y las regulaciones en materia del negocio con productos culturales*. En sus primeras décadas de existencia, las compañías discográficas reunieron un catálogo de géneros musicales importante: jazz, blues, r&b, folklórica, clásica, etc. Estos fueron los estilos que alimentaron el naciente mercado de la música. Para la segunda mitad del siglo XX, la paulatina inclusión de una gran mayoría de población joven después de la Segunda Guerra Mundial provocó un cambio generacional en la producción cultural, y una expansión de mercados; contexto del nacimiento del *rock & roll*. “Cientos de sellos discográficos fueron creados en la década de 1950, cuando la dura competencia por un espacio radiofónico y la falta de escrúpulos jugaron un papel vital en la generación de prácticas que han estado presentes en la industria musical por mucho tiempo, como la ‘payola’ (el soborno a los programadores de radio para ser transmitidos).”<sup>143</sup>

Gracias al escepticismo de la generación anterior sobre el mantenimiento del *rock & roll* como tendencia de consumo en el mercado, un gran número de compañías independientes comenzaron a entrar al negocio. “Los sellos independientes no dudaron y dominaron el mercado: 69% de los sencillos que llegaban al *Top 10 Chart* en los EE. UU. no provenían de las grandes industrias.

“En 1962, 42 diferentes sellos tenían álbumes que aparecían en *Billboard*<sup>144</sup> y las seis mayores empresas combinadas tenían menos de la mitad de los registros.”<sup>145</sup> Con el mercado en pleno crecimiento y competitividad, surgió la discordia en torno al uso de *nuevas tecnologías, que afectaban los costos de producción y la*

---

<sup>143</sup> Camilo Kejner, *op. cit.*, p.11.

<sup>144</sup> Publicación periódica que abarca las estadísticas del número de ventas a nivel mundial de discos.

<sup>145</sup> Camilo Kejner, *ibidem*, pp. 11-12.

*distribución, el punto central de la consolidación de este oligopolio.* Después de muchas contradicciones y pugnas, tuvo que consensuarse en primera instancia, un estándar material para la reproducción física de los discos. Existían 3 tipos de formatos para la grabación: 78, 45 y 33 & 1/3 rpm<sup>146</sup>; al final el primero fue definitivamente desechado en favor de los restantes. También se introdujo la utilización de las *grabaciones estéreo* en 1956 que dominaron las décadas siguientes. A partir de ese momento, las nuevas consolas y aparatos para las mezclas musicales transformaron definitivamente tanto la posibilidad de generar nuevos sonidos, como la calidad de las grabaciones.

La siguiente innovación en la distribución la generó la empresa *Phillips*, al crear el *cassette*. Sin embargo, esta no logró obtener el registro de patente, provocando que fuera excluida de las ganancias de otras compañías. Para mitad de la década de 1960, prácticamente todo disco que se lanzaba al mercado contaba con una copia en LP y *cassette*. Así nació la industria de las grandes compañías, que ahora contaban con plantas para la producción masiva tanto de *cassettes* como de dispositivos para reproducirlos, en casa o en el automóvil. Es en este momento, que la industria discográfica conocería sus primeros momentos de un gran crecimiento y opulencia.

“El crecimiento fue el tema principal de la industria discográfica en la década de los sesenta. [...] Las ventas en EE. UU. En 1960 ascendían a \$600 millones de dólares, en 1970 eran \$1660 millones de dólares. [...] El pico llegó en 1978, cuando 762 millones de discos y cassettes fueron vendidos en dicho país, con ganancias de cerca de \$4000 millones de dólares.”<sup>147</sup> En Inglaterra, 70 millones de copias en 1960 se convirtieron en 114 en 1970, alcanzando un pico de ventas de más de 200 millones. En Francia, 28 millones en 1960, 62 millones en 1970 y 157 millones en 1978. En Alemania, Japón, Suecia y otros países, las ventas se duplicaron en un periodo de 10 años. En la URSS, para 1971 se producían 173

---

<sup>146</sup> Revoluciones por minuto.

<sup>147</sup> Pekka Gronow & Ilpo Saunio, *International History of the Recording Industry*, Traducción al inglés: Christopher Moseley, EE. UU., Editorial Cassel, 1998, p.135.

millones de grabaciones, siendo en ese momento el segundo mayor productor en el mundo.<sup>148</sup> Las ventas aumentaron y la innovación despegó: “En 1966 el Dr. Ray Dolby introdujo el *Dolby Noise Reduction System*, el estándar universal para reducir [...] el ruido de fondo en las grabaciones, [...], y fue utilizado en la música, los filmes y las industrias del entretenimiento casero”.<sup>149</sup> En 1979 Sony revolucionó la noción de la posibilidad de escuchar música de manera personal, el *walkman* rompió todo límite, permitiendo llevar con uno mismo la reproducción musical.

En el terreno de la difusión, por medio de marketing y publicidad, las empresas crearon y ocuparon nuevas técnicas, que más tarde serían consideradas convencionales. La radio y la televisión eran grandes medios para la masificación de sus productos, pero en 1981 la forma en la que la gente concebía su acercamiento a la música nueva cambió drásticamente. La empresa *Music Television (MTV)* transmitió por primera vez en la historia de la industria un videoclip musical, “*Video killed the radio star*” de la banda *The Bugles*. Con un título tan sugerente<sup>150</sup>, podemos entender el impacto que tuvo el surgimiento de la fusión multimedia para el negocio musical: el vídeo, sumado a la música transmitida ininterrumpidamente a través de la señal televisiva sería la nueva cumbre de las ventas. El siguiente paso en la carrera por generar nuevos medios sería auspiciado por el uso del rayo láser y la creación del CD, que ya desde 1982 era producido a gran escala en Japón, pero no tuvo impacto real en la distribución en mercados europeos o norteamericanos hasta 1983.

“El formato creció rápidamente, presentado como el medio de más alta calidad que duraría por siempre. Los consumidores comenzaron a convertir sus colecciones de LP's y cassettes a CD, y para 1986, cerca de 52 millones de CD's fueron vendidos en todo el mundo. Dos años después, en 1988, las ventas llegaron a los 200 millones, sobrepasando a los acetatos, que comenzaron a desaparecer del

---

<sup>148</sup> Cfr. Pekka Gronow & Ilpo Saunio, *op. cit.*, p.135.

<sup>149</sup> Camilo Kejner, *op. cit.*, p.12.

<sup>150</sup> “El video mató a la estrella radiofónica.”

mercado.”<sup>151</sup> El esplendor de la industria musical vino con la explosión en ventas que trajo consigo el CD.

El final de la década de 1980 y casi toda la de 1990 fue dominada indiscutiblemente por la presencia del CD, obteniendo en 1996 una cifra récord de ganancias: US\$ 39.8 BN<sup>152</sup>. Con la solidez tecnológica y monetaria, la década de los noventa vio surgir sin duda un fenómeno sin precedentes, basado en los negocios de convergencia multimedia. Es decir que ahora alrededor de la industria musical surgían nuevas marcas de toda clase de mercancías, que después de verse beneficiadas por el marketing y la publicidad en conjunto con las grandes disqueras, comenzaron a diseñar y ejecutar eventos culturales masivos. Al menos desde la segunda mitad de la década de 1980, la inversión corporativa en patrocinios en coordinación con artistas, conciertos o nuevos álbumes creció de manera exorbitante, al menos en un 700%.<sup>153</sup> “Para el año 2000, un estadounidense [de clase media] pasaba un promedio de 9.1% de su tiempo libre [en el consumo de música grabada], contra un 2.6% en 1970. Se estima que se escuchaba un promedio de 45 minutos de música al día.”<sup>154</sup>

Hasta entonces, la industria musical se había dedicado a innovar en su beneficio, siempre con un aumento progresivo de sus ganancias. Pero el final de la década de los noventa trajo consigo dos factores que cambiarían el futuro del negocio de manera irreversible: la rápida y sostenida expansión del uso de Internet a nivel internacional y la aparición en 1998 del formato de compresión de audio digital MP3. El final de la década de 1990 representó un reto para la industria musical, que no consistía simplemente en una dinámica de nuevos competidores. Se trataba de un nuevo espacio de confrontación y desarrollo: el Internet y las

---

<sup>151</sup> Camilo Kejner, *op. cit.*, p.12.

<sup>152</sup> Camilo Kejner, *ibidem*, p. 14.

<sup>153</sup> Camilo Kejner, *idem*.

<sup>154</sup> Marc Borreau & Benjamin Labarthe-Piol, “Peer to peer networks and the recording industry crisis: An historical point of view”, *Meeting Papers of the Centre for Economic Policy Research*, [en línea], Reino Unido, Dirección URL: <http://dev3.cepr.org/meets/wkcn/6/6624/papers/labarthepiol.pdf>, [consulta: 8 de febrero de 2014], p.1.

<sup>155</sup> Juan C. Calvi, “La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet.”, España, *Revista Zer*, Universidad del País Vasco, 2006, p.132.

tecnologías digitales, donde ni la industria ni los nuevos usuarios comprendían las verdaderas dimensiones y alcances de los mismos en materia de un impacto directo a las formas de crear y distribuir cultura. Los segundos tienen definitivamente la ventaja de pertenecer a una nueva generación con un conocimiento mucho más actualizado de la realidad, pero los primeros detentan un poder económico y jurídico muy sólido a nivel internacional.

Para comprender la conflictiva transición del dominio en el diseño de una *economía política de la música basada en el paradigma de la repetición*, a una *economía de la composición*, por esencia más abierta, autónoma y promotora de un diseño completamente diferente -en franco detrimento de todos los intermediarios-, es necesario hacer una revisión histórica de dichos modelos, considerando los factores tecnológicos, legales, monetarios, ideológicos y simbólicos.

### 2.2.1 *¿Cómo funcionaban las industrias discográficas?*

La producción musical del siglo XX fue dominada por las industrias discográficas, consolidándose como uno de los rubros más importantes de las industrias culturales en el creciente mercado internacional. Durante casi un siglo, controlaron gran parte de los flujos de ventas internacionales de fonogramas. El rubro más grande que desarrolló la industria musical fue el de la industria discográfica. Pero en su conjunto, la industria musical ha sido tradicionalmente una actividad que estimula la producción y consumo de muchos otros sectores, como los desarrolladores de tecnología electrónica, las agencias de publicidad y las telecomunicaciones en general.

En este sentido, las industrias discográficas han jugado un papel muy específico, de una alta concentración de poder, ya que están involucradas directamente la tecnología y la legalidad para el desarrollo de su actividad económica: “Las grandes compañías discográficas [...] se centran principalmente en el lanzamiento,

promoción y distribución de un limitado número de productos musicales a escala global sobre los que concentran sus mayores ingresos, lo cual tiende indefectiblemente hacia la homogeneización de los mercados musicales en los que predominan productos con características muy similares.”<sup>155</sup> Además de este fenómeno, la competencia no era del todo libre, ya que mientras más música se acumulaba, en repertorios o en número de contratos firmados, las ganancias eran mayores.

Como negocio, la industria discográfica nace bajo la pauta de la empresa norteamericana<sup>156</sup>. Este fue uno de los más importantes factores ideológicos la consolidación institucional. La noción puramente mercantil dominó el núcleo del negocio, siendo un potente catalizador que escarificaría a la música con el signo de la potestad exclusiva, aquella que proviene de la propiedad privada, de la noción monopólica. Su nicho de mercado se convirtió rápidamente en un espacio intocable, defendido por argumentos como la antigüedad, la experiencia y la legitimidad. Las masas, que llevaban décadas consumiendo en gran parte lo que estas empresas determinaban, no tenían los medios materiales para la creación y distribución de música a ninguna escala.

Esquemáticamente, se hizo patente un orden “lógico-natural”, instaurado y defendido por el *ancien régime*. En los cálculos de la antigua industria discográfica, no se encontraba un cambio tan profundo en sus estructuras, que terminaría por redefinir definitivamente el modelo de sus negocios. Para ellos, esta estructura era necesaria. El orden que ellos -los CEO's<sup>157</sup>, publicistas, abogados, dueños de patentes, contadores, músicos, compositores promotores, etc.- habían contribuido a concretar era solo un fin, alcanzado gracias al inevitable devenir económico, que incluía factores tecnológicos, económicos y jurídicos:

---

<sup>155</sup> Juan C. Calvi, “La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet.”, España, *Revista Zer*, Universidad del País Vasco, 2006, p.132.

<sup>156</sup> Entendido como la contabilidad racional del capital como norma para todas las grandes empresas lucrativas que se ocupan de la satisfacción de las necesidades cotidianas (Weber).

<sup>157</sup> Chief Executive Office, que equivale a los Gerentes Generales de las empresas.

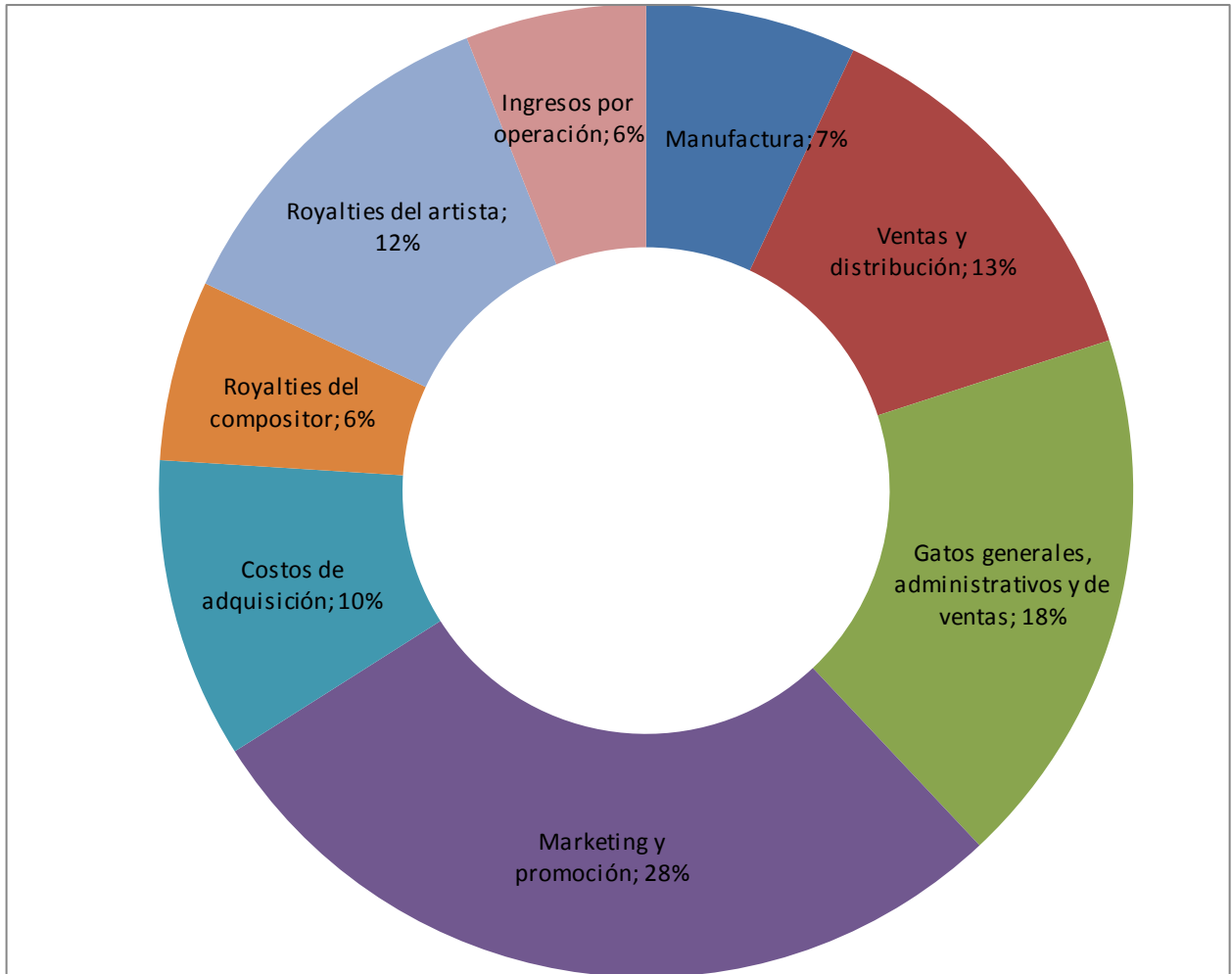
1. El origen en la cadena productiva es evidentemente el músico, las bandas o compositores. Sin ellos, en realidad este maravilloso nicho de mercado jamás hubiese existido. La noción del músico ha cambiado mucho: de un oficio tradicional vinculado al rito religioso y sacrificial, el músico vagabundo –identificado con la figura medieval del juglar-, del *músico sirviente* de la aristocracia al *músico artista romántico* del siglo XVIII, del *artista emancipado* al *sujeto rentista*.
2. En segundo lugar encontramos a los *managers*, cuya traducción literal del inglés es *manejadores*. Este concepto surge en el ámbito del negocio empresarial de las industrias musicales, donde una persona se convierte en representante oficial de los músicos, abarcando desde lo legal hasta lo simbólico. Si hacemos un pequeño rastreo del este concepto, nos lleva a considerar la figura del *mecenazgo*, aunque esencialmente, la realidad en la que surgen y las funciones que desempeñan cada una de estas figuras es diferente.

El antiguo mecenas era un noble con recursos materiales, que ya fuera por un interés legítimo en el mundo de las artes y el conocimiento, o por una búsqueda-consolidación de estatus social, patrocinaba a todo aquel sujeto que fuera potencialmente un creador en el ámbito de lo estético. El manager, en cambio, es una figura que nace bajo la bandera de la empresa mercantil, por lo tanto su función social nace y se desarrolla en el nicho de lo profesional, de lo dinámico, de la producción que maximiza las ganancias, tanto personales como institucionales.

3. En tercer lugar encontramos a los famosos y poderosos editores, que se dedican a la supervisión y administración de la explotación comercial de las obras musicales. Son ellos los que están en una relación más directa con el tema de los derechos de autor y la propiedad intelectual.

4. Después, encontramos la figura de las instituciones de carácter privado que surgen del acercamiento entre diferentes grupos económicos que intervienen en el circuito de producción y distribución musical. Por lo general se enfocan en aspectos legales y de investigación, por lo que en muchas ocasiones éstas tienen una cercanía importante con instancias gubernamentales: International Federation of the Phonographic Industry, Recording Industry Association of America, American Society of Composers, Society of European Stage Authors and Composers, Broadcast Music Inc., etc.
5. Las compañías discográficas, que en realidad tiende a rebasar sus funciones básicas: la posesión de la tecnología para las grabaciones y la distribución, que funciona gracias a la participación de productores e ingenieros de audio. También están a cargo del proceso de manufactura que reproduce las copias del disco, que pasan a manos de los distribuidores, quienes mueven dichas copias a las tiendas.
6. Los promotores de publicidad y marketing, que en conjunto con los managers, los agentes de talento y los dueños de lugares de entretenimiento, diseñan giras, pequeños o grandes eventos de entretenimiento, grabados o transmitidos en vivo. Estos eventos se convierten en una concentración de diferentes esferas de las más importantes empresas de entretenimiento.
7. Por último, los espacios en donde se utilizan piezas musicales, y gracias al pago de derechos o licencias, las películas, la televisión, los videos musicales y la radio tiene acceso a ciertos catálogos musicales.





“Costo base de la publicación musical, determinado por la cadena de compra-venta de las decisiones directivas.”

Fuente: Aris & Bughin, 2009.

Con esta estructura, la “[...] organización industrial de las discográficas fue paulatinamente tomando forma de oligopolio, donde los productores son gigantescas empresas transnacionales, que sentaron su poder sobre la base de: altos costos fijos de producción; [...] el monopolio que poseían sobre la producción y distribución de fonogramas de sus artistas, en el marco de una legislación de derechos de autor [...]; [...] la verticalización de los procesos; redes de contacto; y

grandes campañas de marketing.”<sup>158</sup> Esencialmente, lo que la industria erigió fue el paradigma cultural de la música como mercancía, “[...] basado en tres pilares: control sobre los derechos de publicación, el poder del marketing y el control de las redes de distribución.”<sup>159</sup>

Los artistas ganaban objetivamente por sus derechos y había un auge sin precedentes en la producción del volumen de mercancías y la cantidad de público al cual llegaban. Surgió el fenómeno de la diversificación de géneros y estilos musicales, sometido a un control oligopólico de contenidos, tendencias y proyecciones de mercado, alentando una profunda pérdida de calidad simbólica en el lenguaje. “Los intermediarios [...] se enriquecían del negocio hasta el punto que las discográficas se transformaron en agentes fundamentales, capaces de influir poderosamente, dado que en ellas se concentraba la mayor parte de las ganancias [...]”<sup>160</sup>

A la par de su crecimiento, las grandes empresas discográficas lograron fundar, apoyados en la teoría neoliberal del libre mercado, *el mito de la “elección musical”*: “¿Los consumidores tienen elección musical? [...] En nuestra sociedad elegimos solamente de lo que se nos da a elegir, y eso está determinado por 5 grandes corporaciones mediáticas que controlan los escaparates de entretenimiento de los consumidores.”<sup>161</sup>

### 2.2.2 ¿Cómo funcionan ahora las industrias discográficas?

El esquema de jerarquización y división del trabajo dentro de la industria discográfica ha cambiado en esencia, dimensiones y operaciones. El advenimiento de Internet y los vertiginosos cambios tecnológicos provocaron una reestructuración del negocio. Al menos a partir de los últimos dos años de la

---

<sup>158</sup> Franetovic Parker, Hurtado Sepúlveda & Jorge Katz Spliniac, “La Industria Musical: hacia un Nuevo Equilibrio”, Tesis de Licenciatura, Universidad de Chile, 2009, p. 8.

<sup>159</sup> Peter Tschmuck, “How creative are the Creative Industries? A case of the Music Industry”, Alemania, *The Journal of Arts Management, Law and Society*, vol.33, núm. 2, Heldref Publications, 2003, p.134.

<sup>160</sup> Franetovic Parker y Hurtado Sepúlveda, *idem*.

<sup>161</sup> Christopher Knab, consultor de negocios musicales en FourFront Media and Music.

década de 1990 y toda la primera década del 2000, esta estructura pretendió resistir los cambios, soslayando las rápidas revoluciones tecnológicas y el cambio de hábitos de los consumidores de música.

La masiva migración de los formatos físicos a los digitales impactó directamente las ventas, comprometiendo seriamente la rentabilidad industrial de la producción de copias físicas. En un primer momento, esta migración fue estigmatizada como “piratería”. La industria, incrédula e impotente, observó la estrepitosa caída de sus ventas. El resultado lógico fue una necesaria revisión al interior, donde ante la disminución de sus ganancias multimillonarias, se tuvo que replantear el mecanismo mercantil. En un repliegue institucional, las disqueras tuvieron que reordenar sus principales ramas al interior (grabación, producción, copias, departamento legal, etc.) como al exterior (marketing, publicidad, distribución, etc.). Evidentemente, posterior a ese repliegue, no se hizo esperar un despliegue de todos sus recursos materiales, financieros e ideológicos.

Una faceta esencial de la investigación es el análisis del discurso institucional, rescatado y renovado por la industria discográfica en torno a la era digital. En dicho discurso existe una insinuación de cambio, una declaración de principios, de acciones y omisiones. En este sentido, es muy pertinente plantearse la misma pregunta de Michel Foucault: “¿[...] [Qué] hay de peligroso en el hecho de que las gentes hablen y de que sus discursos proliferen indefinidamente?”<sup>162</sup>

El mismo Foucault afirma que “[...] el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.” Existe cierto discurso que intenta predominar al ser “[...] pronunciado por quien [...] [tiene] el derecho [...], el discurso que [...] [decide] la justicia y [...] [atribuye] a cada uno su parte; [...] el discurso que, profetizando el porvenir, no [...] [anuncia]

---

<sup>162</sup> Michel Foucault, *El orden del discurso*, Traducción de Alberto González Troyano, España, Tusquets Editores, 1992, p.3

lo que [...] [pasará], sino que [...] [contribuye] a su realización [...].”<sup>163</sup> Analizar el *discurso* -tanto legal como oficial- que la industria musical comunica al mundo de los negocios internacionales, a los políticos, legisladores, consumidores, los nuevos agentes en la era digital y a los artistas, es una forma de entender su postura y ambiciones. Con el objetivo de sintetizar esa visión general que tienen las direcciones de más alto rango en la industria discográfica hoy en día, basta con analizar las palabras de Plácido Domingo<sup>164</sup>, en el reporte más reciente -2013- de la IFPI:

“Creo apasionadamente en el derecho de los artistas a ganarse la vida mediante sus actividades. Solamente si los artistas, y quienes invierten en ellos, logran promover sus derechos en el entorno digital, podrán continuar haciendo la música que todos amamos. Los derechos de autor [copyright] son el ingrediente clave para asegurar lo anterior. Los legisladores de todo el mundo están debatiendo la mejor manera de proteger los derechos de los artistas en la era digital. Es importante que logren asegurar que los derechos de autor [copyright] sean respetados en el entorno digital, para que los músicos puedan continuar su desarrollo como artistas y la industria discográfica crezca, pudiendo así invertir en sus carreras.”<sup>165</sup>

Si analizamos el discurso, podemos encontrar elementos suficientes para comprender no solo la postura de la industria, sino la *valorización de la música como producto sobre la de lenguaje, de los músicos como productores en lugar de agentes culturales, y del derecho como medio de control-sanción en lugar de garantía de una libertad creativa.*

El músico es visto como una inversión, como un sujeto-productor, el cual únicamente a través de la generación de valor monetario por su trabajo puede desplegar satisfactoriamente una actividad artística, ya sea a nivel personal o colectivo. En un papel de intermediación plena, la industria discográfica (cuyo objetivo primordial es el crecimiento-maximización y estabilidad) es el único mecenas, defensor, intermediario y promotor legítimo. En esa lógica, la música

---

<sup>163</sup> Michel Foucault, *op. cit.*, pp.3-4.

<sup>164</sup> Representante en turno de una junta de notables en la IFPI.

<sup>165</sup> Plácido Domingo, en S/a, “IFPI Digital Music Report, “Engine of a digital world”...*op. cit.*, Dirección URL: [http://www.ifpi.org/downloads/dmr2013-full-report\\_english.pdf](http://www.ifpi.org/downloads/dmr2013-full-report_english.pdf), [consulta: 22 de noviembre de 2013], p.4.

pierde toda calidad como un lenguaje simbólico, quedando en términos de una mercancía, que si bien es altamente apreciada, hasta “amada”, necesita inevitablemente de una institución que no solo tenga un monopolio en su generación y posesión, sino que sea la única capaz de distribuirla y valorizarla. El derecho -en su dimensión de legislación nacional e internacional- es invocado como garantía que salvaguarda de los intereses de un grupo en particular, en un simulacro de amenaza de la era digital, que no es otra cosa que un atentado mortal a su esquema de negocios.

Después de las palabras introductorias de Plácido Domingo, encontramos el planteamiento de Frances Moore<sup>166</sup>. Su discurso abunda tanto en la condición actual de la industria, como en sus proyecciones y esperanzas a futuro. Se recalca el optimismo interno de la industria, en contraste con el pesimismo inevitable que inyectó la grave crisis financiera, cuyo epicentro fue la caída de las ventas, con un mantenimiento de la producción. Después de una década negativa, asumen la realidad, como parte de un proceso de replanteamiento:

“Hace un año publicamos nuestro *IFPI Digital Music Report* con el título de 'Optimismo justificado, complacencia no aceptada.' Un año después, el optimismo parece no haber estado fuera de lugar. La industria musical ha logrado su mejor desempeño anual desde 1998. La dirección de camino hacia el crecimiento es clara. Para el negocio global de la música es difícil recordar un año que haya comenzado con un ánimo tan palpable en el aire.”<sup>167</sup>

El reporte también abarca las nuevas estrategias de la industria en la era digital, que en un planteamiento de envergadura universal, plantean a la música como un bien mercantil, argumento que gira en torno al análisis del crecimiento de los nuevos mercados en formato digital, cuyo pilar son las licencias, producto de la propiedad de los catálogos de artistas firmados y publicados por ellos:

---

<sup>166</sup> C.E.O. de la IFPI.

<sup>167</sup> Frances Moore en S/a, “IFPI Digital Music Report, “Engine of a digital world”...*op. cit.*, p.5.

“[...] nuestra expansión es ahora verdaderamente global. Los nuevos servicios digitales, desarrollados y con licencia de los últimos años se están moviendo rápidamente a nuevos mercados en el mundo. Hace apenas dos años, los más grandes servicios digitales a nivel internacional como iTunes, Spotify y Deezer estaban presentes en 20 países. Hoy, están en más de 100. Incluyen nuevos mercados de rápido crecimiento, como Brasil, India y Rusia [...]. Las estrategias de *licencias proactivas* de las compañías disqueras a través de diferentes canales están generando dividendos también. La mayoría de las transmisiones, descargas, suscripciones, publicidad, video, derechos de interpretación, están creciendo. En algunos mercados, como India, Noruega, Suecia y EE. UU., lo digital rebasó a las ventas físicas, y más continuarán esa lógica. Esto ha ayudado a que casi la mitad de nuestros 20 mercados más importantes crecieran en 2012.”<sup>168</sup>

De acuerdo al reporte, “[...] las ventas globales de la industria musical repuntaron 0.3% anual para alcanzar los 16,500 millones de dólares. Esto significa el primer crecimiento en ingresos de la industria desde 1999. De este monto, el 34% correspondió exclusivamente a los medios digitales que lograron ingresos anuales por 5,600 millones de dólares, un aumento de 9% respecto al 2011.”<sup>169</sup> Después de hablar de su *imperium*, el discurso se enfoca en los consumidores, argumentando de acuerdo a un estudio de consumo de una empresa especializada, que la tendencia global es la de una aceptación cada vez mayor de las formas legales de distribución de música, producto de adaptación de la industria a Internet como espacio de distribución:

“También hay buenas noticias para los fans de la música. Como indica la citada investigación de consumidor en este reporte, de Ipsos MediaCT, a los consumidores les gusta la oferta de la industria. Hoy en día los *servicios legítimos* se están convirtiendo en una alternativa a la piratería -no solo para la industria, sino para el mismo consumidor. Estos son éxitos de difícil consecución para la industria, que se ha innovado, batallado y transformado a sí misma en una década. Demuestra que la industria musical se ha adaptado el mundo del Internet, ha aprendido como satisfacer las necesidades del consumidor en un mercado digital monetizado.”<sup>170</sup>

---

<sup>168</sup> Frances Moore en S/a, “IFPI Digital Music Report, “Engine of a digital world”...*op. cit.*, p.5.

<sup>169</sup> Julio Sánchez Onofre, “Ingresos de la Industria musical, en su mejor nivel en 13 años”, [en línea], México, *El Economista*, 26 Febrero de 2013, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2013/02/26/ingresos-industria-musical-su-mejor-nivel-13-anos>, [consulta: 20 de octubre de 2013], s/p.

<sup>170</sup> Frances Moore en S/a, “IFPI Digital Music Report, “Engine of a digital world”...*ibidem.*, p.5

Sería una desfachatez por parte de los altos cargos de la industria y sus voceros no hablar de la relevancia de su tan defendido producto mercantil, la música. En este caso, la música es manejada como una meca de la innovación en la tecnología, como aditamento de nuevos dispositivos, como un catalizador que genera, únicamente, relaciones de valor económico en la sociedad:

“Existe otro tema clave en este reporte. La música no solo se ha adaptado a Internet-está en el corazón mismo de su desarrollo. La música está impulsando a la tecnología, ayudando a vender dispositivos, inyectando el crecimiento económico con un efecto *Ripple*<sup>171</sup>, que va más allá de los límites del mercado de la música grabada. Está ayudando a impulsar la búsqueda en línea y el social networking, así como la demanda por conexiones más rápidas. La música está generando valor económico prácticamente en todos los niveles de la vida. *Es un mecanismo del ecosistema digital.*”<sup>172</sup>

Por último, el reporte de este “mecanismo del ecosistema digital”, se enfoca en dos grandes fenómenos, uno que está relacionado directamente con su imposibilidad real de influir en los motores de búsqueda, vinculados con la libertad de almacenamiento y distribución de información en Internet; y el otro es el necesario replanteamiento y fortificación a nivel global herramienta de intimidación y de control, el derecho:

“A pesar del optimismo, aún quedan enormes retos [...] [:] Primero, nuestros mercados se ven aun afectados por la música gratis e ilegal. Podemos generar un gran cambio en esta situación si cooperamos con publicistas, motores de búsqueda y otros intermediarios. Estas compañías están no solo ayudando a direccionar el tráfico del consumo y publicidad a sitios ilegales -ellas mismas se benefician financieramente de la piratería. En 2012, presenciamos un firme compromiso de los motores de búsqueda para priorizar sitios de música legal; sin embargo, muy poco ha cambiado en realidad a la fecha, y en 2013 esperamos tener resultados más tangibles en esta área. También esperamos [...] cooperación con el sector de publicidad. Grandes marcas no deben seguir considerando aceptable ayudar en el financiamiento de sitios de música ilegal, dañando su propia reputación, así como ayudando a destruir el mercado de la música.

---

<sup>171</sup> Efecto dominó.

<sup>172</sup> Frances Moore en *S/a, ídem*.

Segundo, un debate crucial está en el seno de muchos gobiernos en torno al tema de la reforma de los derechos de autor [copyright]. Los derechos de autor [copyright] se han convertido en un pilar en la fundación para nuestra industria en el mundo digital. Cualquier sugerencia de cambio debe basarse en evidencia rigurosa sobre la existencia de un problema. Un debilitamiento en las reglas de los derechos de autor [copyright] sería un retroceso de la industria musical, en el momento exacto en que estaba en camino a su recuperación. La prioridad real, desde nuestra perspectiva, deber ser asegurar que las leyes de derechos de autor sean debidamente aplicadas.”<sup>173</sup>

El reporte anual es extenso, pero en términos generales, estas dos facetas del discurso plantean la totalidad de la intención del mismo. “Este reporte anual [...] refleja el crecimiento en el optimismo sentido en el negocio internacional de la música. Estamos en camino a la recuperación y liderando la economía digital.”

El actual C.E.O de *Universal Music Group*, Lucian Grainge, tiene una visión muy clara y firme del tipo de acciones a seguir, por lo que ha contratado a gente como el joven emprendedor Scooter Braun, quien “[...] entiende el negocio del entretenimiento, los derechos, la propiedad intelectual, los productos, las redes sociales, y la tecnología –todo eso es la apuesta. [...] [Además] a la compañía le gustan los *hits*, a los fans les gustan los *hits*, y para eso estamos aquí [...] No estamos en el negocio del arte.”<sup>174</sup>

La industria discográfica está convencida de su nuevo papel en la era digital, y no conforme con saber que su condición de intermediario cultural no desaparecerá en ningún momento cercano, gracias al nivel de concentración de poder económico consolidado, se esfuerzan por controlar todos los medios jurídicos y simbólicos a su alcance. El problema para ellos ya no gira en torno a poder o no controlar el paradigma digital, sino a adaptarse lo mejor posible, y no renunciar a la administración jurídica de la propiedad del lenguaje musical.

---

<sup>173</sup> Frances Moore en S/a, “IFPI Digital Music Report, “Engine of a digital world”...*op. cit.*, p.5.

<sup>174</sup> Lizzie Widdicombe, “Teen Titan. The man who made Justin Bieber”, septiembre 3 de 2012, [en línea], EE. UU., *The New Yorker*, Dirección URL: [http://www.newyorker.com/reporting/2012/09/03/120903fa\\_fact\\_widdicombe?currentPage=all](http://www.newyorker.com/reporting/2012/09/03/120903fa_fact_widdicombe?currentPage=all), [consulta: 14 de junio de 2013], s/p.



### 2.2.3 The Big Three

Recientemente, las industrias discográficas han participado en una reestructuración financiera a escala internacional. Hasta hace un par de años, las cuatro más grandes restantes empresas discográficas mantenían una participación importante en el mercado:

	<b>Matriz</b>	<b>Dueño</b>	<b>Ganancias en 2010</b>
<b>Universal Music Group</b>	Estados Unidos	Vivendi, Francia (desde 2006)	4.449 billiones de euros
<b>Sony Music Entertainment</b>	Estados Unidos & Japón	Sony Corporation of America, Estados Unidos (desde 2008)	4.240 billiones de euros
<b>Warner Music Group</b>	Estados Unidos	Access Industries, Estados Unidos (desde 2011)	2.186 millones de euros
<b>EMI Group</b>	Reino Unido	Vivendi, Francia (desde noviembre de 2011, antes de noviembre de 2011, Citigroup, Estados Unidos)	1.792 billiones de euros

Fuente: Reportes anuales de las compañías.

Ante la crisis de ventas en el ramo y la tensión financiera de 2008, hace un par de años, “EMI, la venerable compañía musical que fuera casa del catálogo musical de los *Beatles*, *Beach Boys* y *Motown*, fue vendida por \$4.1 billones a través de un par de acuerdos [...]”<sup>175</sup> En una negociación con *Citygroup*, Universal Music Group, una división de Vivendi, absorbió el catálogo de música grabada de EMI por \$1.9 billones de dólares, y un grupo de inversores, con Sony a la cabeza, adquirió la división de publicación por \$2.2 billones de dólares.<sup>176</sup>

<sup>175</sup> Ben Sisario, “EMI Is Sold for \$4.1 Billion in Combined Deals, Consolidating the Music Industry”, [en línea], EE. UU., *The New York Times*, 11 de noviembre de 2011, Dirección URL: [http://www.nytimes.com/2011/11/12/business/media/emi-is-sold-for-4-1-billion-consolidating-the-music-industry.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2011/11/12/business/media/emi-is-sold-for-4-1-billion-consolidating-the-music-industry.html?_r=1), [consulta: 12 de enero de 2014], s/p.

<sup>176</sup> Ben Sisario, *ídem*.

La venta se realizó en una subasta de cuatro meses, obteniendo precios mayores de los esperados por las industrias y Wall Street. Esta operación permitió al grupo financiero *Citigroup* recuperar una fracción de los \$5.5 billones de dólares que había invertido hace cuatro años en la compañía. Universal y Sony rebasan, por ahora, a Warner Music Group, que fue vendida por \$3.3 billones en mayo [de 2011] al inversor ruso Len Blavatnik, y había ofrecido \$1.5 billones por EMI, pero abandonó la oferta [...] por un desacuerdo con el precio.<sup>177</sup>

“En el momento de su venta, EMI controlaba apenas un 9% de la música grabada alrededor del mundo, mientras Universal cerca del 30%.”<sup>178</sup> Los orígenes de EMI se remontan a 1887, y sufría su peor crisis financiera desde 2007, momento en que *Terra Firma*, una firma financiera privada, la compró por \$8.4 billones, usando un préstamo de \$5.5 billones de Citigroup; una operación financiera combinada. El banco señaló el incumplimiento de pago de la empresa unos meses después de la compra. “En los reportes de venta de 2011, Universal tenía poco menos de \$6 billones en ventas, Sony \$5.7 y Warner \$3, mientras que EMI, para marzo de 2010 –último periodo reportado por la empresa- apenas alcanzaba los \$1.8 billones en ventas y \$749 millones por sus actividades de editorial.”<sup>179</sup>

Cuando se realizan transacciones de estas dimensiones, las empresas sobrevivientes -que han ido engullendo al resto de las antiguas empresas consolidadas de la industria discográfica-<sup>180</sup>, deben ser cuidadosas con la autorización de compra/venta de los respectivos gobiernos, siempre en una supuesta prevención de la creación de *trusts*. Por ejemplo, cuando Universal compró el catálogo de BMG en 2007, tuvo que vender más de \$100 millones de dólares en acciones para recibir la autorización de la Comisión Europea; ahora con la compra de EMI debería vender \$680 millones de dólares en acciones.<sup>181</sup>

---

<sup>177</sup> Ben Sisaro, *op. cit.*

<sup>178</sup> Ben Sisaro, *ídem.*

<sup>179</sup> Ben Sisaro, *ídem.*

<sup>180</sup> “The Big Six” se convirtió en “The Big Five” cuando Universal compró Polygram; “The Big Five” se convirtió en “The Big Four” cuando Sony (antes CBS Records) y BMG se fusionaron.

<sup>181</sup> Ben Sisaro, *ibidem.*

“La parte de la compra de Sony fue financiada por una mezcla de inversores que incluían a *Blackstone’s GSO Capital Partners Unit*; *Mubadala*, el brazo de inversión de Abu Dhabi; *Jynwel Capital*, de Hong Kong; y el ‘mogul’<sup>182</sup> David Geffen. El grupo fue articulado por *Robert Wiesenthal*, Jefe Financiero de Sony Co. America (Editores musicales, separados de la música grabada, se enfocan en derechos de autor para la música y las letras).”<sup>183</sup> La inversión de \$325 millones de dólares le da la minoría de inversión a Sony, pero funcionará, inclusive con el mismo nombre, como una unidad independiente dentro de Sony/ATV, la editora musical de la compañía japonesa. El catálogo de EMI cuenta con al menos 1.3 millones de canciones.<sup>184</sup> “Algunos analistas argumentan que los cambios tan abruptos en el negocio musical en la última década significan que las compañías deben justificarse a sí mismas frente a nuevas generaciones de artistas que han aprendido a lidiar sin ellas.”<sup>185</sup>

El 21 de septiembre de 2012, la Comisión Europea autorizó la compra de EMI, después de que fuera aprobado antes en Australia, Japón y Estados Unidos. Sin embargo, tendrá que desprenderse de una tercera parte del catálogo de EMI, incluido el que adquirió dicha empresa de Parlophone. A pesar de esto, Universal confía en la viabilidad de su compra. Como Warner Music & BMG Rights Management no pudieron participar en la compra, es posible que negocien con Universal para participar de su catálogo. Representantes de grupo Vivendi expresaron que con estas acciones podrían “[...] ‘fortalecer significativamente su propiedad exclusiva de contenido’.”<sup>186</sup>

Universal ha adoptado recientemente una postura altamente competitiva en cuanto a las compras en el mercado musical. En algún momento, Richard Branson intentó comprar *Virgin Records UK*, y ante la negativa de Universal por renunciar a

---

<sup>182</sup> Sobrenombre de cualquier personaje con mucha influencia y poder en los negocios industriales.

<sup>183</sup> Ben Sisaro, *ídem*

<sup>184</sup> Ben Sisaro, *ídem*

<sup>185</sup> Ben Sisaro, *ídem*

<sup>186</sup> Mark Sweney, “Universal’s £1.2bn EMI takeover approved – with conditions”, [en línea], *Reino Unido, The Guardian*. viernes 21 de septiembre de 2012, Dirección URL: <http://www.theguardian.com/media/2012/sep/21/universal-emi-takeover-approved>, [consulta: 25 de agosto de 2013].

dicha inversión, el Vicepresidente de la Comisión Europea, para las políticas de competencia, Joaquín Almunia, expresó: “[...] La competencia en el negocio de la música es crucial para mantener las alternativas, la diversidad cultural y la innovación. Los muy significativos compromisos propuestos por Universal aseguran que esa competencia en la industria musical sea preservada y que los consumidores europeos continúen disfrutando todos sus beneficios.”<sup>187</sup> Uno de los mayores retos que enfrenta Universal Music es competir en los precios de la música digital, en especial con los ya experimentados en uso de licencias *Amazon, Apple y Spotify*. Hace 10 años, la transacción por EMI no hubiese sido posible, pero ahora con la existencia de iTunes, esta posibilidad le abre una vía para negociar con mutuos beneficios.

Las condiciones de repartición de acciones a la venta de EMI parecieran apuntar a un esfuerzo gubernamental por limitar el potencial monopolizador de las 3 grandes empresas restantes, al menos en Europa, ya que para el 2012, un año después de la desaparición de EMI, “[...] Universal controlaba casi el 36% del total de ventas musicales en el mundo, delante de Sony con un 22% y Warner Music con 15%.”<sup>188</sup>

El objetivo de dibujar la más reciente historia en la industria musical en términos de compras, ventas, fusiones, expansiones, deudas y reorganización, es ilustrar la inestabilidad en el mercado ante el advenimiento de lo digital, pero también, dimensionar hasta dónde existe una compenetración entre el capital financiero y las actividades de adaptación del semiocapitalismo.

El dominio sobre licencias y distribución en la música está actualmente en manos de estas tres grandes empresas, y no están dispuestas a cederlo o verlo desvanecer. Cifrar el crecimiento y penetración en sus mercados nos permite comprender el nivel y concentración de poder económico, político y simbólico en juego.

---

<sup>187</sup> Mark Sweney, *op. cit.*, s/p.

<sup>188</sup> Mark Sweney, *Ídem*.

## 2.2 Del paradigma análogo al digital

El hombre es ancestralmente productor de tecnología, creador de nuevos medios para su despliegue material en el mundo. “El desarrollo tecnológico e industrial se ha legitimado desde los orígenes de la filosofía científica moderna como un medio para liberar al existente humano de su condición natural; ambos fueron considerados, a su vez, como expresión de su creatividad y medio de su libertad, como aquella actividad que elevaba al existente humano a la soberanía sobre la naturaleza y la historia.”<sup>189</sup> Sin embargo, este desarrollo tiene un record de aspectos negativos, desde su creación y utilización en actos violentos, hasta convertirse en medios monopolizadores de vigilancia.

Las innovaciones tecnológicas han acompañado al hombre desde las cuevas hasta el espacio exterior. Para bien o para mal, la supremacía material de un grupo humano sobre otro ha permitido toda clase de barbaries y atropellos, pero también ha permitido el mejoramiento de las condiciones y la reproductibilidad de la vida, con sus matices y excepciones, producto en gran medida de contextos estructurales, dependientes de la voluntad política. Esta amplia dualidad de las condiciones en constante cambio del mundo material del hombre permea inevitablemente la vida de todo ser humano que se encuentre, desde luego, dentro de su alcance.

¿Qué injerencia pueden tener estas innovaciones sobre todos aquellos procesos y fenómenos que no están dentro del mundo de lo material? Es decir, todas aquellas actividades humanas que, aunque requieren una base material para su ejecución, registro y conservación, su transcendencia no radica esencialmente en ello. ¿Cómo se ve afectada la esfera de los lenguajes artísticos? ¿Qué cambios ha producido la tecnología en torno a las estructuras de la producción cultural, local o internacional?

---

<sup>189</sup> Eduardo Subirats, *Culturas Virtuales*, México, Ediciones Coyoacán, 2001, p. 51.

Refiriéndonos específicamente a la tecnología vinculada con las múltiples formas y vías para la distribución de expresiones culturales, el siglo XX aglutinó las más innovadoras en su momento, todas ellas análogas. “Casi todo el siglo XX, las tecnologías eran análogas. Por lo tanto, todas compartían ciertas limitaciones: primero, cualquier copia (generada por un consumidor) era inferior a la original; y en segundo lugar, las tecnologías que permitían a un consumidor copiar un producto de la cultura [de solo lectura] eran extremadamente raras.”<sup>190</sup>

El sistema analógico para las señales grabadas y transmitidas de audio y video se basa en “[...] señales continuas cuya amplitud puede adoptar intervalos continuos de valores. [...] [También], todo sistema analógico está expuesto a una degradación y pérdida de calidad, debido fundamentalmente a los errores acumulados de velocidad. Así, siempre que copiamos una cinta o efectuamos un nuevo proceso de edición tanto de su imagen como de su sonido, perdemos una generación, y si repetimos este proceso dos, tres, cuatro o más veces, llegará un momento en que la calidad de esa imagen y de ese sonido sean prácticamente ilegibles y no aptos para la transmisión.”<sup>191</sup>

El papel de la tecnología digital y el Internet en el cambio de paradigma de creación y consumo de cultura es protagónico. Así como el surgimiento de todo tipo de tecnologías en torno a la posibilidad de grabar el sonido, y poder copiarlo a escala industrial para su distribución, la grieta que abren estos dos factores en esa esfera es radical, se convierte en un punto de no retorno. El férreo control de la distribución de copias generó un efecto neutralizante para cualquier tipo de competencia, no era posible ser más que un simple consumidor. “Los límites naturales del mundo análogo fueron abolidos por el nacimiento de la tecnología digital. Lo que antes era tanto imposible como ilegal, ahora es solo ilegal.”<sup>192</sup>

---

<sup>190</sup> Lawrence Lessig, *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Editorial Bloomsbury, EE.UU., 2008, p. 37.

<sup>191</sup> Mohamed Lemrini El-Ouahabi, “La Tecnología Digital”, [en línea], Facultad de Ciencias de la Comunicación, Dpto. de Comunicación Audiovisual, Universidad Europea de Madrid, Dirección URL: [http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd\\_oi\\_mediaciones3\\_tecnologiadigital.pdf](http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd_oi_mediaciones3_tecnologiadigital.pdf), p. 135

<sup>192</sup> Lawrence Lessig, *op. cit.*, p.38.

La tecnología análoga fue un cambio paradigmático en la noción y acción del ser humano en el mundo. Sus creaciones permitieron transformar la realidad material de múltiples formas, obtener registros novedosos, e inclusive fundando nuevos vínculos de comunicación. Sin embargo, en el terreno de lo material, tenían grandes limitaciones para su conservación y desarrollo. Existía un factor inherente de desgaste o degradación del signo y del mensaje. Cuando a través de la teorización matemática, física y de ingeniería, el ser humano es capaz de trasladar todo este conocimiento y registros, del plano material al inmaterial, surge una nueva dimensión de la cultura, de la política, de la economía y de lo social; la dimensión digital:

“Para evitar esta degradación ha nacido la tecnología digital donde la señal transmitida, aunque también se somete a la degradación, es reconstruida, recreada y en definitiva regenerada idéntica a la original en cada proceso, por lo tanto no existe degradación ni pérdida alguna de calidad en la misma. Si la señal analógica es continua y se caracteriza por tener valores infinitos, aunque estén limitados en el tiempo, la señal digital es una señal discreta que se representa por medio de una secuencia de números y de un modo binario a través de ceros y unos.”<sup>193</sup>

El final del siglo XX trajo consigo un cambio radical en la tecnología análoga, que no llevaba ni un siglo completo en los horizontes simbólicos del ser humano, cuando comenzó a ser desplazada paulatinamente, en muchos aspectos, por la tecnología digital. “El mundo de las telecomunicaciones, en líneas generales, se ha digitalizado dejándose de usar paulatinamente la tecnología analógica. La fotografía, la música, el cine, el video, la televisión y todo nuestro entorno, se ha convertido en digital gracias a la tecnología de la regeneración de la señal.”<sup>194</sup>

La esencia y novedad de la tecnología digital radica en la increíble posibilidad de transformar cualquier lenguaje, artístico o no, que se transmite por medios análogos, descomponiéndolo en una señal diferente, mucho más flexible: “[...] si la señal fuese digital, una vez transmitida podemos regenerarla y volverla a su

---

<sup>193</sup> Mohamed Lemrini El-Ouahhabi, *op. cit.*, p.136.

<sup>194</sup> Mohamed Lemrini El-Ouahhabi, *ibidem.*, p.138.

aspecto inicial de modo que la podríamos oír o ver como la oíamos o veíamos en un principio antes de ser transmitida. Este punto fundamental es el que ha hecho que el mundo digital gane poco a poco cuotas de mercado frente a su competente analógico.”

En el año 2001, el escritor estadounidense Mark Prensky, acuñó dos conceptos esenciales para analizar el fenómeno de la digitalización de la vida: *los nativos e inmigrantes digitales*. El objetivo es abarcar las “[...] formas de relación con el conocimiento que se producen entre quienes se han criado en la cultura de los videojuegos, los ordenadores e Internet y los que se aproximan a estos entornos culturales con interés pero manteniendo otras lógicas culturales.”<sup>195</sup>

Básicamente, los inmigrantes digitales mantienen muchas formas de pensamiento, acciones y ordenamiento material y sensorial de la información y el conocimiento de la cultura analógica. Los nativos digitales, por el contrario tienden a participar en una red muy dinámica de información, con procesos múltiples, en paralelo, predomina una presencia de lo visual sobre lo textual, procurando una construcción de relaciones en red.<sup>196</sup>

El punto esencial del análisis y discusión en torno a esta dicotomía es justamente la conflictiva coexistencia de dos lógicas culturales completamente diferentes. Ante una sensibilidad y expresión artística con una base tecnológica diferente, se hace cada vez más evidente una separación que no es solamente generacional, sino productiva y distributiva. La relación se vuelve más conflictiva aun si consideramos que existen remanentes materiales e institucionales que pertenecen a la lógica cultural análoga, que se resisten a una pérdida de protagonismo dentro del discurso cultural en su faceta económica.

---

<sup>195</sup> Héctor Fouce, “Tecnología y medios de comunicación en la música digital. De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha”, *op. cit.*, p.67.

<sup>196</sup> Cfr. Marc Prensky, “Digital Natives, Digital Immigrants”, en *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, No. 5, 2001.



### 2.2.1 Historia del internet

El surgimiento y la expansión de Internet como un espacio que posibilita la libre distribución de contenidos debe ser considerado como un punto de inflexión, un parte aguas tecnológico que modificó la realidad tangible e intangible del universo cultural del ser humano. Hoy en día, quienes interaccionan con las formas culturales desde cualquier terreno o perspectiva -al menos en el mundo occidental-, reconocen al Internet como un espacio crítico, esencial para transmitir y comprender una gran serie de mensajes.

En 1962, Joseph Carl Robnett Licklider fue designado como encargado de un importante proyecto en la DARPA<sup>197</sup>, que formaba parte del Departamento de Defensa de los EE. UU. El objetivo era lograr crear una red tanto física como lógica, que permitiera la transferencia o conmutación de paquetes de información de una manera rápida y confiable. Licklider, quien trabajaba entonces en el MIT, fue de los primeros en formular una idea concreta sobre el futuro de este tipo de red: “La primera descripción registrada de interacciones sociales en el seno de una red fueron una serie de memos escritos por J.C.R. Licklider, del MIT, en agosto de 1962, discutiendo su concepto 'Galactic Network' [Red Galáctica]. Él pensaba en un gran grupo de computadoras globalmente interconectadas, en donde cada uno pudiera tener un rápido acceso a datos y programas en cualquier lugar.”<sup>198</sup>

En el contexto de la Guerra Fría, un constante estado de alerta permeaba las instituciones, tanto gubernamentales como sociales. Gran parte de la innovación tecnológica y el pensamiento en esos momentos giraba en torno a la misma, ya fuera para justificarla o para crear herramientas pragmáticas. Las universidades y el ejército se convirtieron en referentes del gobierno, de donde no solo reclutaban y formaban personal, sino a través de las cuales se pretendía expandir líneas de

---

<sup>197</sup> Defense Advanced Research Projects Agency.

<sup>198</sup> Liner, Barry M. et. al., “Brief History of the Internet” (Breve historia del Internet), EE. UU., *Internet Society*, 15 de octubre de 2012, Dirección URL: <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet>, [consulta: 22 de agosto de 2013], s/p.

pensamiento, capaces de acallar cualquier clase de crítica, poniendo en su lugar en funcionamiento la gran y redituable máquina de guerra:

“[...] la RAND<sup>199</sup>, uno de los más prestigiosos think-tanks de América, se planteó un [...] problema estratégico. ¿Cómo podrían comunicarse efectivamente las autoridades de los Estados Unidos después de una guerra nuclear? [...] [Necesitarían] una red de comando-control, conectada de ciudad a ciudad, de estado a estado y de base a base. [...] [Sin] importar cuan equipada o defendida fuera esa red [...], sería siempre vulnerable al impacto de las bombas atómicas, [...] reduciría cualquier red concebible a añicos. [...] Cualquier autoridad central, cualquier complejo central de red sería un obvio e inmediato objetivo para los misiles enemigos. El centro de la red sería el primer lugar para atacar. RAND reflexionó sobre este rompecabezas en un profundo secreto militar, llegando a una atrevida solución. La propuesta [...] fue hecha pública en 1964. En primer lugar, la red no tendría 'autoridad central'. De hecho, sería diseñada para comenzar a operar aún en ruinas.”<sup>200</sup>

Por estos motivos, el proyecto contaba con todo el apoyo federal: un gran presupuesto, que garantizó el acceso a todos los recursos técnicos y humanos disponibles entonces. El acervo y creatividad académica resultó vital para el Estado, convirtiéndose en referencia indiscutible para muchas cuestiones políticas, en el terreno de las ideas y en el mundo material. Profesores y alumnos brillantes de todas las áreas (ingeniería, matemáticas, química, física, historia, economía, derecho, ciencias políticas, etc.) comenzaron a engrosar las filas de las secretarías e institutos. Así es como teóricamente, el gran proyecto de una red se apoyó en los trabajos iniciales del ingeniero Leonard Kleinrock, quien en su tesis doctoral de 1962 en el MIT<sup>201</sup>, presentó por primera vez un análisis matemático para el sustento de las redes de transmisión de paquetes de información. Consistía en generar un lenguaje universal, con sustento físico, que permitiera a un gran número de computadoras comprenderse, y transmitir información:

---

<sup>199</sup> Research and Development Corporation.

<sup>200</sup> Bruce Sterling, “Short History of the Internet”...*op. cit.*

<sup>201</sup> Publicada en formato de libro en 1964: L. Kleinrock, *Communication Nets: Stochastic Message Flow and Delay*, McGraw-Hill (New York), 1964.

“La red sería considerada siempre poco fiable. Sería diseñada desde el primer momento para trascender esa falta de fiabilidad. Todos los nodos de la red serían iguales entre sí, cada uno con su propia autoridad para originar, pasar, y recibir mensajes. Los mismos mensajes se dividirían en paquetes, cada paquete dirigido por separado, [...] se iniciaría en algún nodo de origen especificado, y terminarían en algún otro nodo de destino especificado. Cada paquete terminaría su camino a través de la red de forma individual. La ruta particular que tomaría el paquete sería poco importante. Sólo los resultados finales contarían. Básicamente, el paquete se lanzaba como una patata caliente de nodo a nodo, más o menos en la dirección de su destino, hasta que termina en el lugar adecuado. Si las grandes piezas de la red habían sido eliminadas, no importaría, los paquetes todavía se quedarían en el aire, fluyendo violentamente a través del campo por cualquiera de los nodos que sobrevivieron. Este sistema de entrega más casual puede ser 'ineficiente' en el sentido habitual (especialmente en comparación con, por ejemplo, el sistema telefónico), pero sería extremadamente resistente.”<sup>202</sup>

La década de 1960 estuvo marcada por un gran debate académico y gubernamental en torno a la posibilidad de crear una red con esas características. De hecho, el preludio teórico y los primeros experimentos surgieron en el Reino Unido también: “Sucedió que el trabajo en el MIT (1961-1967), en RAND (1962-1965) y en NPL (1964-1967) procedió en paralelo, sin que ninguno de los investigadores supiera del trabajo de otros.”<sup>203</sup>

Sin embargo, la RAND, el MIT y la UCLA fueron las primeras en consolidar proyectos para obtener la red. Las primeras pruebas se llevaron a cabo en el Laboratorio Nacional de Física de Gran Bretaña en 1968. Así es como en 1969 surge ARPANET, auspiciada por el Departamento de Defensa. Constaba de una modesta conexión tetrapartita de supercomputadoras en 4 universidades, los primeros 4 nodos: en la *UCLA, Stanford, Utah y Santa Bárbara*. En un periodo de apenas 2 años, el sistema de la red creció: “[...] en 1971 había 15 nodos conectados a ARPANET, para 1972 ya eran 37”<sup>204</sup>, rebasando el planteamiento original. En sus primeros años de funcionamiento, ARPANET creció rápidamente,

---

<sup>202</sup> Bruce Sterling, *op. cit.*, s/p.

<sup>203</sup> Barry M. Limer et. al., *op. cit.*, s/p.

<sup>204</sup> *Ídem*.

en parte gracias a que su núcleo de funcionamiento era descentralizado. Otro factor que coadyuvó a ese crecimiento exponencial fue que la red “[...] podía acomodar diferentes tipos de máquinas. Mientras las máquinas, pudieran individualmente hablar la *lingua franca* del intercambio de paquetes de la nueva y anárquica red, las marcas, su estructura, e inclusive su pertenencia era irrelevante.”<sup>205</sup>

Sin embargo, pronto surgió un fenómeno muy particular que trascendía el objetivo original. Al parecer, “[...] los usuarios habían convertido la red de transmisión en una robusta, rápida y federalmente subsidiada oficina postal. La mayoría del tráfico de información no era de computación a larga distancia. En su lugar, eran noticias y mensajes personales.”<sup>206</sup> La red estaba expandiendo sus posibilidades originales, al mismo tiempo que no dejaba de funcionar como un medio para que investigadores en proyectos comunes a distancia intercambiaran notas sobre sus adelantos o retrocesos, y “[...] eventualmente, para transmitir chismes y conversaciones banales.”<sup>207</sup> La existencia de cuentas personales de correo electrónico comenzó a tener un gran impacto en la cotidianidad de la red, causando un gran revuelo por las nuevas posibilidades que ofrecía a nivel personal, no solo laboral.

El crecimiento de la red obligó a sus fundadores a replantear el esquema del protocolo que utilizaban originalmente para la comunicación entre computadoras, el NCP (Network Control Protocol). Este nuevo obstáculo generó que el financiamiento para la investigación volviera a fluir, y para 1973 Robert E. Kahn y Vinton Cerf habían desarrollado un nuevo protocolo: el TCP / IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol). Este protocolo “[...] convierte los mensajes en flujos de paquetes desde la fuente, luego los re-ensambla en mensajes al llegar a su destino. IP [...] maneja las direcciones, encargándose de que los paquetes sean enviados a través de múltiples nodos e inclusive a través de múltiples redes con

---

<sup>205</sup> Barry M. Limer et. al., *op. cit.*, s/p.

<sup>206</sup> *Idem.*

<sup>207</sup> *Idem.*

diferentes estándares [...].”<sup>208</sup> El nuevo protocolo era completamente funcional en 1977.

A lo largo de la década de 1970, ARPANET continuó funcionando de manera normal, con su crecimiento correspondiente, pero el control que ejercía el gobierno federal era muy evidente. En 1983, aprovechado el nuevo protocolo, el ejército decidió crear su propia red, autónoma pero análoga: MILNET. Después de esta separación, el factor civil de la red tuvo entonces la oportunidad de explotar libremente el espacio de comunicación: “Mientras los setentas y los ochentas avanzaban, muchos diferentes grupos sociales tenían acceso a poderosas computadoras. Era muy sencillo conectar esas computadoras a la creciente red de redes. [...] Desde que el software conocido como TCP/IP fue de dominio público, y la tecnología básica fue descentralizada y de hecho anárquica por naturaleza, era muy difícil evitar que la gente se inmiscuyera y se conectara. En realidad, nadie quería evitar que se unieran a este ramificado complejo de redes, que después sería conocido como 'Internet'.”<sup>209</sup>

A estas alturas ya había que comenzar a preguntarse sobre el valor en el mercado de servicios de la posibilidad de acceso a la red: “Conectarse a Internet costaba al contribuyente muy poco o nada, ya que cada nodo era independiente, y tenía que ocuparse de su propio financiamiento y sus necesidades técnicas. Mientras más, mejor. Cómo la red telefónica, la red de computadoras era más valiosa al abarcar más territorios y recursos.”<sup>210</sup>

Ante la inminencia de su consolidación como un nuevo medio de comunicación, de inmediato las más variadas organizaciones se interesaron en actualizar la red. “En 1984 la National Science Foundation entró en escena, mediante su Oficina de Ciencia Computacional Avanzada. La nueva NSFNET fue un paradigma en avance tecnológico al conectar nuevas y más veloces supercomputadoras, a través de

---

<sup>208</sup> Barry M. Limer et. al., *op. cit.*, s/p.

<sup>209</sup> *Idem.*

<sup>210</sup> *Idem.*

enlaces más rápidos y gruesos.”<sup>211</sup> Como era de esperarse, un montón de agencias gubernamentales comenzaron a sumarse, y recibían presupuestos importantes para montar sus propias redes: NASA, institutos de salud y economía, el Departamento de Energía, agencias de seguridad, etc. En cuestión de meses, la red comenzó a incluir a un número cada vez mayor de facetas de la sociedad norteamericana. Este fenómeno es la antesala de lo que sucedería nivel global una vez que la red explotara. El crecimiento y diversificación de la red era un hecho, por lo que era necesario comenzar a darle un cierto orden, al menos una nomenclatura que hiciera evidente la separación de los nodos:

“Los nodos de la creciente red de redes fueron divididos en variantes básicas. Computadoras extranjeras y unas pocas norteamericanas [...]. Las otras fueron agrupadas de acuerdo a seis 'dominios' básicos de Internet: gov, mil, edu, com, org y net. [...] Gov, Mil y Edu denotaban instituciones gubernamentales, militares y educativas, que fueron las pioneras, ya que ARPANET comenzó como una investigación de alta tecnología enfocada en la seguridad nacional. Com significaba instituciones 'comerciales', que pronto inundaron la red [...], rodeados por las 'organizaciones' sin fines de lucro. (Las computadoras 'net' funcionaban como puertas de acceso entre redes).”<sup>212</sup>

El concepto de “*open-architecture networking*”<sup>213</sup>, desarrollado en 1972 por Kahn después de entrar a DARPA, es de gran relevancia en el universo de Internet: “[El concepto] parte originalmente del paquete de un programa de radio [...]. La clave para hacer que funcionara el paquete en el sistema de radio era crear un confiable protocolo *end-end*”<sup>214</sup> que mantuviera una comunicación efectiva en caso de enfrentar otra interferencia [...]. [...] Kahn contempló en primer lugar un protocolo local, solo para el paquete de la radio en red, ya que evitaría tener que lidiar con una multitud de diferentes sistemas operativos [y seguir utilizando el protocolo que permite crear la red] [...].”<sup>215</sup>

---

<sup>211</sup> Barry M. Liner et. al., *op. cit.*, s/p.

<sup>212</sup> *Ídem*.

<sup>213</sup> Arquitectura abierta para redes.

<sup>214</sup> Cerrado.

<sup>215</sup> Barry M. Liner et. al., *ibídem*, s/p.

ARPANET se convertiría en unas décadas en lo que hoy conocemos como Internet, sin embargo, de ser una red limitada a cuestiones científicas y militares, pasó a “[...] incluir paquetes de información satelital, paquetes terrestres de radio, etc. El Internet, como lo conocemos hoy en día, contiene una idea técnica clave, la de la arquitectura abierta de redes.”<sup>216</sup> La principal función de este concepto era lograr una apertura en la escritura de los protocolos de red, logrando que la estructura que un individuo o proveedor eligiera pudiera interactuar con cualquier otra “[...] a través de un meta nivel: *'Arquitectura de trabajo Interred'*. Hasta entonces existía un solo método general para federar redes. Era el tradicional cambio de circuitos, donde las redes se interconectarían a nivel de los circuitos, pasando bits de forma individual con bases de sincronización a través de circuitos cerrados entre un par de locaciones.”<sup>217</sup> La gran ventaja de la arquitectura abierta radicaba en la flexibilidad de comunicación a distancia. “En una red de arquitectura abierta, las redes individuales podrían ser diseñadas y desarrolladas por separado, cada una contaría con su propia y única interfaz [...]. Cada red podía estar diseñada de acuerdo a su entorno y necesidades específicas. [Por este motivo] [...] no existen limitaciones ni en los tipos de red que pueden ser incluidas o en su ámbito geográfico [...].”

La invención había sido superada por completo en tan solo unas décadas, y no dejaba de innovarse y mejorar cada vez más. “ARPANET expiró formalmente en 1989, a una feliz víctima de su propio apabullante éxito. Los usuarios apenas y lo notaron, ya que sus funciones no solo continuaron, sino aumentaron considerablemente.”<sup>218</sup> ¿Qué fue lo que le permitió a esta red de redes, que originalmente fue planteada como un esquema de emergencia postnuclear, adquirir tanta popularidad y diversificar su oferta como espacio de comunicación? Hay múltiples interpretaciones y teorías que ahondan en esa cuestión. Pero la más evidente, quizás es aquella que tiene que ver con la naturaleza misma de la red: la dispersión de la funcionalidad.

---

<sup>216</sup> Barry M. Limer *et. al.*, *op. cit.*, s/p.

<sup>217</sup> *Ídem.*

<sup>218</sup> *Ídem.*

“Una de las principales razones [para tal crecimiento de la red] es simplemente la libertad. Internet es un raro ejemplo de una verdadera, moderna y funcional anarquía. No existe una 'Internet Inc.'. No hay censores oficiales, no hay jefes, no hay junta de directores, no hay dueños de acciones. En principio, cualquier nodo puede hablar en igualdad a otro, siempre y cuando obedezcan las reglas de los protocolos TCP/IP, que son estrictamente técnicos, no sociales o políticos. Internet es una ganga. Como un todo, y a diferencia del sistema telefónico, no carga por un servicio de larga distancia. Y a diferencia de la mayoría de las redes comerciales de computadora, no hay un cargo por tiempo de acceso. [...] Cada grupo de personas que accesa a Internet es responsable por su propia máquina y su sección de la línea.”<sup>219</sup>

Las funciones básicas de Internet son en realidad operaciones muy sencillas (lo sumamente relevante son los nuevos alcances que estas permiten como modelo de comunicación): “correspondencia, grupos de discusión, computación de larga distancia y transferencia de archivos.”<sup>220</sup>

- El *e-mail* (correo electrónico) fue uno de los más importantes fenómenos que trajo consigo la consolidación de Internet. La posibilidad de enviar mensajes de manera casi inmediata, y adicionarlos con diferentes archivos multimedia (imágenes, sonidos, textos, etc.) revolucionó las comunicaciones. El servicio no genera en realidad ningún costo, como sí lo hace la conexión a Internet.
- Los foros o grupos de discusión (que ahora se ven complementados con blogs y otros espacios públicos para la discusión de ideas) se consolidaron rápidamente como lugares por excelencia para el debate y argumentación de los más variados temas.
- La computación a larga distancia, uno de los objetivos originales de ARPANET, fue y continúa siendo de suma importancia. La posibilidad de acceder de manera global a una o varias redes en donde científicos y académicos tienen acceso a una gran cantidad de información y procesos de conocimiento.

---

<sup>219</sup> Barry M. Limer et. al., *op. cit.*, s/p.

<sup>220</sup> *Ídem*.



- La transferencia de archivos, nada menos que el objetivo principal de la red de redes. Actualmente sigue siendo una de las principales actividades, sin embargo, también está sujeta a una gran controversia debido, a la posibilidad de acceso a grandes reservas de información y cultura de manera gratuita e inmediata. La posibilidad de comunicación instantánea de cualquier tipo de información o lenguaje ha sido cada vez más acotada por los más diversos intereses.

El siguiente paso para la consolidación definitiva de la red fue dado en 1989, con la idea de la *World Wide Web*<sup>221</sup>, de Tim Berners-Lee. Él pensaba en un sistema que apoyara la creación de herramientas para la lectura-escritura, por lo que creó dos protocolos: *HTTP (Hypertext Transfer Protocol)*, y *HTML (Hypertext Markup Language)*. El primero es básicamente el grupo de normas técnicas para la distribución de la información que se mueve en Internet, y el segundo es lenguaje de ese código que permite la creación de páginas o nichos dentro de esa red. A partir de este momento, lo único que se requería era una conexión a Internet y un motor de búsquedas, que permitiría acceder al nuevo flujo de páginas web, cargadas de todo tipo de información.

Internet es un espacio sumamente amplio, por lo tanto existe una tendencia inevitable a pensarlo como fenómeno a nivel global. Sin embargo, para comprobarlo, debemos dimensionar estadísticamente un índice de acceso real a nivel internacional. Es vital recordar que, para tener acceso a Internet, en la gran mayoría de los casos, existen, requerimientos tecnológicos mínimos, como una computadora o dispositivo móvil, cuotas de conexión y disponibilidad de servidores. A pesar de esto, es posible afirmar que el Internet ha sido un proceso de comunicación amplio, con el índice de crecimiento y expansión más acelerado en la historia de la humanidad. Las estadísticas de su crecimiento y penetración en los últimos años son impresionantes:

---

<sup>221</sup> Red Informática Mundial.

“Un 40 por ciento de la población mundial, es decir, 2 mil 700 millones de personas, estará conectado a Internet a finales [...] [del 2013], según previsiones publicadas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). No obstante, quedan mil 100 millones de hogares en el mundo (90 por ciento de ellos países en vías de desarrollo) que no tienen acceso a Internet, revela la edición de 2013 del informe *Medir la sociedad de la información*, publicado por la UIT. Sin embargo, en la actualidad casi todo el planeta tiene acceso a la telefonía móvil, con 6 mil 800 millones de abonados, indica.”<sup>222</sup>

Regiones del mundo	Población 2012 (estimada)	Usuarios de Internet Dic. 31 de 2000	Usuarios de Internet Último dato	Penetración (% Población)	Crecimiento 2000-2012	% de usuarios
<b>África</b>	1,073,380,925	4,514,400	167,335,676	15.6%	3,606.7%	7.0%
<b>Asia</b>	3,922,066,987	114,304,000	1,076,681,059	27.5%	841.9%	44.8%
<b>Europa</b>	820,918,446	105,096,093	518,512,109	63.2%	393.4%	21.5%
<b>Medio Oriente</b>	223,608,203	3,284,800	90,000,455	40.2%	2,639.9%	3.7%
<b>Norte América</b>	348,280,154	108,096,800	273,785,413	78.6%	153.3%	11.4%
<b>Latinoamérica – Caribe</b>	593,688,638	18,068,919	254,915,745	42.9%	1,310.8%	10.6%
<b>Oceanía – Australia</b>	35,903,569	7,620,480	24,287,919	67.6%	218.7%	1.0%
<b>TOTAL MUNDIAL</b>	7,017,846,922	360,985,492	2,405,518,376	34.3%	556.4%	100.0%

Source: PWC and Wilkofsky Gruen Associates, 2011.

NOTAS: (1) Las Estadísticas del Uso de Internet y Población Mundial son de Junio 30, 2012. [...] (3) Los datos demográficos están basados en los datos del Bureau de Censo de EE.UU. y agencias locales de censo. (4) Los datos de uso de Internet provienen de los datos publicados por Nielsen Online, por Unión Internacional de Telecomunicaciones, por GfK [Gesellschaft für Konsumforschung, El Instituto de Investigación de Mercado más grande de Alemania], Reguladores locales de ICT [Tecnologías de la Información y la Comunicación], [...]. Copyright © 2001-2013, Miniwatts Marketing Group, Todos los Derechos Reservados.

<sup>222</sup> S/a, Agencia de noticias AFP, “UIT: a fin de año, el 40% del planeta estará conectado a Internet”, México, La Jornada en línea, 8 de octubre de 2013, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2013/10/08/economia/024n3eco>, [consulta: 24 de enero de 2014], s/p.

### 2.2.2 Redes P2P (Redes Peer to Peer)

La creación de Internet fue una modificación radical en la realidad de millones de personas, representó una fuerza a través de la cual los canales tradicionales de comunicación cambiaron. La posibilidad de seguir innovando aumentó la amplitud de la comunicación, la diversificó. Las redes P2P son un ejemplo de estos nuevos protocolos, auspiciadas por esta enorme flexibilidad de Internet, y alimentada por esa pulsión creativa, inherente a su naturaleza.

El concepto de *Peer-to-peer (pares)* es esencial para comprender la naturaleza de estas redes. En esencia, este refiere *cualquier relación en donde, varios agentes o dispositivos autónomos interactúan con un estatus de igualdad*. Desde su creación, estas redes se perfilaron como un modelo en donde el principal rasgo sería la colaboración entre usuarios, en oposición directa a los monopolios. Los creadores y usuarios pregonan la igualdad y la creatividad; igualdad y participación voluntaria para la creación de bienes de libre acceso. Es posible definir a las redes P2P como “[...] un tipo de red en donde estaciones de trabajo pueden actuar como clientes (pidiendo datos), servidores (ofreciendo datos) o como *servents* (cliente y servidor).”<sup>223</sup>

“Peer-to-peer (P2P) como medio de compartir archivos ha emergido como la función predominante de la banda ancha de Internet. Comenzando con el fenómeno de Napster al final de 1990, la popularidad de P2P ha incrementado dramáticamente el volumen de datos que se transfieren entre usuarios de Internet. Como resultado, una pequeña fracción del porcentaje de los suscriptores base globales a Internet está consumiendo una parte desproporcionada de ancho de banda, seguramente más que las cantidades típicamente proveídas para uso personal, que aseguran un cierto nivel de servicio u ganancias.”<sup>224</sup>

---

<sup>223</sup> S/a, “Peer-to-Peer File Sharing. The impact of file sharing on service provider networks .*An Industry White Paper*, Sandvine Incorporated [en línea], Canada, 2002, Dirección URL: <http://downloads.lightreading.com/wplib/sandvine/P2P.pdf>, [consulta: 15 septiembre de 2013], p.3.

<sup>224</sup> *Ibidem*, p. 2.

El hecho de que Internet no cuente con un servidor central, capaz de gestionar todos los flujos de información en el mundo, ha sido clave para la proliferación del P2P. Existen puertos y puntos de partida para un gran número de conexiones en todo el mundo que son ampliamente controladas, pero también existen un gran número de núcleos que no están sujetos a ninguna restricción:

“Estudios recientes sugieren que la actividad de transferencia de archivos llega al 60% del tráfico de cualquier servicio proveedor de red. El aumento en el tráfico P2P ha incrementado dramáticamente las cargas en la red, y ha orillado a los proveedores a intentar defender el nivel de servicio de sus suscriptores, en particular los que no utilizan la red P2P. De hecho, los proveedores luchan por evitar o mitigar la necesidad de crear redes antes no planeadas. Finalmente, debido a la naturaleza ad hoc de la comunicación P2P, grandes porciones del tráfico de datos son empujadas indiscriminadamente a segmentos de red más costosos (a los usuarios de P2P no les importa dónde están ubicados los otros clientes P2P), aumentando las tasas de acceso a la red.”<sup>225</sup>

Su surgimiento ha dado pauta para todo tipo de argumentaciones y teorizaciones. Una de ellas, es el *digitalismo*: una visión romántica de las redes P2P. Matteo Pasquinelli lo define como: “[...] una denominación básica de una creencia extendida consistente en que la comunicación basada en Internet puede liberarse de cualquier forma de explotación y evolucionará naturalmente a una sociedad de pares”<sup>226</sup>.

Existen otras que plantean la posibilidad de que estas se conviertan en herramientas para fomentar una revitalización de las esferas públicas. Dicha cualidad provendría de la capacidad para disminuir los rasgos más agresivos del capitalismo, al intentar revertir el proceso de la producción creativa de conocimiento y cultura, cuando privatiza el dominio público. Existe también la necesidad de analizar a éstas como una plataforma de explotación.

---

<sup>225</sup> S/a, “Peer-to-Peer File Sharing. The impact of file sharing on service provider networks .*An Industry White Paper*, Sandvine Incorporated [en línea], Canada, 2002, Dirección URL: <http://downloads.lightreading.com/wplib/sandvine/P2P.pdf>, [consulta: 13 de diciembre de 2013], p.2.

<sup>226</sup> Ulises A. Mejías, “Los dilemas de la libre información”, México, *VOCERO. Momento Universitario, UNAM*, Año 8, No. 63, marzo de 2013, p. 3.

## **2.3 Los intermediarios culturales**

Después de décadas de un dominio incuestionable, la industria musical tardó algunos años en comprender los acelerados cambios a nivel tecnológico, social y cultural que sucedían en el mundo de la música, más allá de los negocios. Para la mitad de la década de 1990 la industria había reconocido plenamente a su “enemigo”, pero no fue sino hasta el final de la misma que ideó varias estrategias para combatirlo.

La industria fue víctima del propio progreso tecnológico, del cual antes era la principal beneficiaria, pero también comprendió que muy pronto, su esfera de influencia real en el proceso productivo y creativo de la música a nivel internacional sería sustituido por un espacio potencialmente abierto a un número infinito de proyectos y posibilidades: el Internet. El recurso más a la mano era el derecho, por lo tanto, las acciones legales se apoyaron enormemente en la corte. Sin embargo, además de éstas, la industria buscaría diferentes medios de presión ante el público, los artistas y los demás intermediarios, procurando que el viraje generacional y las nuevas prácticas culturales de distribución de contenidos los afectara lo menos posible.

### *2.3.1 Las acciones legales*

El entramado institucional-jurídico inherente a la propiedad privada y al modelo capitalista de producción y consumo de bienes materiales o simbólicos comprende un orden jurídico con legislaciones locales e instrumentos internacionales. En el ámbito local, las legislaciones pueden variar mucho entre ellas, pero en el internacional, la intensión es lograr la existencia cada vez mayor de una uniformidad en el tratamiento de la propiedad intelectual y el derecho de autor. Es por esto que es necesario revisar los instrumentos jurídicos internacionales vigentes en torno a los bienes culturales.

### 2.3.2 Tratados internacionales sobre Propiedad Intelectual y Derecho de Autor<sup>227</sup>

1. *El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*, adoptado el 9 de septiembre de 1886. Incluye a 164 países. Es el primer instrumento jurídico a nivel internacional sobre derecho de los autores, y su objetivo es garantizar que los artistas tengan el poder de controlar el uso de sus obras literarias, artísticas o científicas, y la percepción de una retribución monetaria por su utilización. Protege cualquier creación en literatura, ciencia o arte. El autor está protegido de por vida, y con un periodo de 50 años postmortem, siempre que éstas no pasen a ser de dominio público.

2. *La Convención Internacional sobre la protección de los artistas Intérpretes o ejecutantes, los productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión*, adoptado en 1961. Cuenta con 83 países contratantes. El marco jurídico se enfoca en todos aquellos actos en los que los artistas no hayan dado su consentimiento, como la radiodifusión y la comunicación al público en vivo, así como la grabación o reproducción de las mismas. Establece que los Estados deberán crear y tomar las medidas concretas para dicha protección, valiéndose de su legislación nacional.

3. *Convenio para la protección de productores de fonogramas en contra de la duplicación no autorizada de sus fonogramas*, adoptado en 1971. Actualmente están suscritos 78 países. Su objetivo es lograr que todos aquellos Estados parte protejan las producciones de fonogramas al no permitir la copia sin autorización de las mismas. Los fonogramas son entendidos aquí como la fijación aural del sonido, y deben ser protegidas mediante derechos de autor y afines, o medidas administrativas o penales en contra de la competencia desleal. El plazo mínimo fijado para dicha protección es de 20 años, sin embargo lo normal a nivel de legislación nacional son 50 años.

---

<sup>227</sup> S/a, "Tratados administrados por la OMPI", [en línea], *World Intellectual Property Organization*, Dirección URL: <http://www.wipo.int/treaties/en/>, [consulta: 9 de diciembre de 2013], s/p.

4. *Tratado sobre las Interpretaciones y Fonogramas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*, adoptado en 1996. Lo integran 92 países. El tema principal es la protección a los derechos para la propiedad intelectual de intérpretes y productores de fonograma, con un periodo establecido de 50 años. En general, se refiere a los beneficios económicos directos o indirectos que pueden disfrutar por la reproducción, distribución, renta y puesta en disposición al público –especialmente de eventos y espacios como Internet- de sus materiales.

5. *Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual sobre el Derecho Autor*, en vigor desde 2002. Hasta ahora lo han suscrito 91 países. Se enfoca en la protección de *software*, obras cinematográficas y fonogramas, así como la posibilidad de que estos sean distribuidos, rentados y/o puestos a disposición del público por diversos medios.

6. *Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales*, adoptado el 24 de junio de 2012. Fue firmado por 48 países, y se espera su entrada en vigor con 30 ratificaciones. Su marco jurídico se enfoca en los derechos patrimoniales de los artistas intérpretes. En teoría, permite que los artistas intérpretes compartan con los productores los ingresos que generen a nivel internacional por las producciones audiovisuales que realicen. Uno de sus apartados genera la figura de derechos morales, que permitan fundamentar la exigencia para impedir la manipulación de sus interpretaciones. Por primera vez se establece la protección jurídica internacional en el entorno digital.

El sistema legal continúa siendo una herramienta de primera mano en los conflictos de intereses en torno a la música en Internet. Las industrias comenzaron a promover, en la década de 1990, una revisión a la legislación en materia de propiedad intelectual y derechos de autor, comenzando muy pronto acciones de litigio cada vez más agresivas:

“Y así nacieron las 'guerras del copyright'. En septiembre de 1995, la industria, en colaboración con el Departamento de Comercio de los EE. UU., comenzaron a mapear una estrategia para proteger el modelo de negocios de las tecnologías digitales. En 1997 y 1998, la estrategia fue implementada en una serie de nuevas legislaciones destinadas a extender la vida de los productos con copyright, endureciendo las medidas punitivas a la infracción del copyright, y castigando el uso de las tecnologías que intentan evitar los candados digitales puestos en los contenidos digitales.”<sup>228</sup>

El futuro en el panorama de las tensiones entre industrias y diversos grupos o individuos que alteraban el orden ortodoxo del negocio estaba muy claro. Las grandes corporaciones musicales debían “[...] empujar lo digital a la periferia y salvar la industria, o permitirle convertirse en *mainstream*, y ver cómo la industria fracasaba.”<sup>229</sup> “Para la primera mitad del 2002, las ventas mundiales de música grabada habían caído un 9.2% en valor del dólar, y los cargamentos de unidades disminuyeron 11.2%, a nivel mundial, la industria discográfica había sufrido su tercera caída consecutiva anual en ventas.”<sup>230</sup>

“El 25 de junio [de 2003] la RIAA anunció por primera vez que iniciaría acciones legales en contra de individuos participantes en las redes P2P de transferencias de archivos. El 26 de junio, era reportado abiertamente en los medios que la RIAA 'pasaría el próximo mes identificando usuarios que ofrecían un número significativo de canciones para que otros las copiaran en las redes de transferencias de archivos en los Estados Unidos, y demandarían a esos individuos' (Zeidler 2003). Un artículo del *Seattle Times* reportó por parte de la *Associated Press*, el 26 de junio de 2003, 'La vulnerada industria musical develó hoy planes agresivos para su escalada sin precedentes en la lucha contra la piratería en Internet, amenazando con demandar a cientos de usuarios de computadoras que compartieran ilegalmente archivos musicales en línea' (Bridis 2003). Antes de este anuncio, ningún individuo que compartiera archivos había sido sujeto jurídico por su participación en redes P2P. Este anuncio señaló un cambio radical en la política de la RIAA, incrementando el riesgo de ser sorprendido y procesado por intercambio sin autorización de archivos musicales.”<sup>231</sup>

---

<sup>228</sup> Lawrence Lessig, *op. cit.*, p. 39.

<sup>229</sup> Lawrence Lessig, *ibidem*, p.40.

<sup>230</sup> *Ídem*.

<sup>231</sup> Sudip Bhattacharjee et. al., “Impact of legal threats on online music sharing activity: An analysis of Music Industry Legal Actions”, EE. UU., *Journal of Law and Economics*, Universidad de Chicago, Vol. 49, Abril de 2006, p.94.



### 2.3.3 Copyright y CopyLeft

Ambos conceptos se han convertido en recursos utilizados por las dos caras de la moneda, unos en un intento por reafirmar el discurso legal, otros por generar una conciencia colectiva y gubernamental hacia la posibilidad de que las leyes sean sumamente restrictivas, castrando los procesos dinámicos de la reproducción cultural.

*DMCA (Digital Millenium Copyright Act) y CTEA (Copyright Term Extension Act)*, ambas creadas en 1998. “De ambas, [...] la de mayor significado para los que practican la transferencia de archivos y los músicos en línea es la DMCA [...] que permite a los proveedores de servicios de Internet ser sometidos legalmente como responsables por cualquier actividad ilegal que sus usuarios realicen, situación que genera dudas en los mismos para ser *hosts* de cualquier material controversial.”<sup>232</sup> “La CTEA, en contraste, permite a la propiedad intelectual permanecer bajo protección veinte años más antes de convertirse en dominio público (anteriormente dicha protección se extendía hasta setenta y cinco años) [...]”<sup>233</sup>

“En un intento por mejorar las leyes de derechos de autor y propiedad intelectual que parecen estar cayendo en manos de intereses especiales, un grupo de [...] reformadores, liderado por Lawrence Lessig de la Escuela de Derecho de Standford y Jonathan Zittrain de la Escuela de Derecho de Harvard, se han unido con otros en una coalición que pretende echar atrás las nuevas leyes restrictivas. Conocidos como el *Free Culture Movement* [...] o *Copy Left* [...], argumentan que la sociedad se beneficia profundamente de inmiscuirse rápidamente en las nuevas ideas, además de señalar un tiempo razonable para la llegada del dominio público.”<sup>234</sup>

---

<sup>232</sup> William Duckworth, *Virtual Music: How the Web got wired for Sound*, Gran Bretaña, Ed. Routledge, 2005, p. 143.

<sup>233</sup> *Ídem*.

<sup>234</sup> *Ibidem*, p.144.

### 2.3.4 Las acciones no legales

La constante apelación al mundo del deber ser, cimentada en el recurso del discurso legal -con todas sus posibles manifestaciones concretas en materia de litigios- y una clara intención de configurar una axiología en torno a la legitimidad del negocio musical, no son las únicas estrategias de defensa de las industrias discográficas. Generalmente, existe la práctica de *lobbies* o *cabildeos*, que consiste en la conformación de pequeños grupos de representantes o voceros de las empresas, que mediante negociaciones y publicaciones, generan una presión institucional, promoviendo un ambiente para un cambio de actitud favorable a sus intereses por parte de algún grupo político. En este sentido, uno de los más recientes documentos que cumplen con esta función es el denominado *Informe especial 301*<sup>235</sup>:

“Uno de los mecanismos de presión con los que cuenta Estados Unidos es el denominado informe especial 301. Lo publica la Oficina de Comercio estadounidense cada año a finales de abril y recoge las recomendaciones y valoraciones de grupos de presión privados sobre la protección de la propiedad intelectual en diferentes países del mundo. La Alianza Internacional de la Propiedad Intelectual (IIPA) es el principal contribuidor de este informe. Es una coalición privada formada por diferentes lobbies sectoriales como la Motion Picture Association of America (MPAA), Recording Industry Association of America (RIAA), Business Software Alliance (BSA) o la Association of American Publishers (AAP), entre otros. Las recomendaciones de la IIPA al informe 301 se envían en febrero y se suelen calcar directamente en la publicación final. Por este motivo, se considera a la IIPA con el principal responsable del mismo.”<sup>236</sup>

Uno de los casos recientemente documentados, gracias a la filtración de *Wikileaks*, es el de la presión de los *lobbies* norteamericanos en España. Ejercida sobre la discusión legislativa en torno a la propiedad intelectual y los derechos de autor, sus actividades de negociación son fuera del alcance de la opinión pública:

---

<sup>235</sup> Para mayor referencia, revisar la página web de la IIPA: <http://www.iipa.com/>.

<sup>236</sup> Delgado, Antonio, “El informe 301: el arma de la industria cultural de Estados Unidos”, [en línea], España, *eldiario.es*, 17 de marzo de 2013, Dirección URL: [http://www.eldiario.es/turing/informe-arma-industria-cultural-Unidos\\_0\\_111989060.html](http://www.eldiario.es/turing/informe-arma-industria-cultural-Unidos_0_111989060.html), [consulta: 12 de febrero de 2014], s/p.

“La situación de la propiedad intelectual en España es una de las prioridades del Gobierno de Estados Unidos desde hace más de una década. Su último éxito está siendo la influencia directa sobre el borrador del anteproyecto de reforma de la Ley de Propiedad Intelectual, filtrado el viernes por Ibercrea, el lobby español que agrupa a las principales entidades de gestión. Según revelaron 35 cables de Wikileaks en 2010, la embajada estadounidense en Madrid tenía una hoja de ruta para presionar a los diferentes gobiernos de turno para aprobar legislaciones a favor de sus intereses comerciales culturales. Una estrategia que continúa ya que a finales de enero el presidente de la Motion Picture Association of America (MPAA) se reunió en privado con el presidente Mariano Rajoy para pedirle un nuevo cambio legislativo.”<sup>237</sup>

El caso de España, si bien es paradigmático para comprender los mecanismos y estrategias de presión de las industrias culturales, no es único. En este caso, las recientes filtraciones de documentos oficiales nos ayudan a comprobar de manera factual, lo que antes se sabía en la práctica:

“Muchas de las valoraciones dedicadas a España en 2013 [...] también están presentes en el recién filtrado borrador del anteproyecto de reforma de la Ley de Propiedad Intelectual en [...] [España]. Entre ellas, la obligación a los prestadores de acceso a Internet (ISP) de identificar a los infractores a petición de la Sección Segunda de la Comisión de Propiedad Intelectual y el poder bloquear los pagos y las campañas publicitarias a las páginas web supuestamente infractoras.”<sup>238</sup>

Una de las formas en las cuales estos reportes o cables intentan influir en la postura de las autoridades locales, es a través de una revisión y comentarios de la legislación nacional en torno a las redes P2P:

“Uno de las recomendaciones más insistentes que realiza la IIPA a España tiene que ver con la circular de la Fiscalía General del Estado [...] sobre los delitos contra la propiedad intelectual e industrial. En ella la Fiscalía aclara la postura de los fiscales respecto al intercambio de archivos en redes P2P y en la descarga directa, según la legislación de propiedad intelectual. Es decir, la Fiscalía no modifica la legislación existente, simplemente deja clara la interpretación que realizan de la norma. Respecto al P2P, la

---

<sup>237</sup> Antonio Delgado, *op. cit.*, s/p.

<sup>238</sup> Antonio Delgado, *Ídem*.

circular dice que el intercambio de archivos entre pares no supone un delito penal. Sin embargo, el informe 301 reclama desde 2007 que esta interpretación se corrija ya que considera que despenaliza lo que ellos califican como infracción.<sup>239</sup>

Otra de las manifestaciones de la presión que pueden ejercer las industrias en diferentes países es generar, además de las recomendaciones, una especie de división basada en legislaciones que apoyan la defensa de sus intereses, y aquellas que por su laxitud los perjudican:

“En sus sugerencias de 2013, la IIPA vuelve a situar a España en la lista negra de países bajo vigilancia, junto con otros como Brasil, Italia, Canadá o Suiza. Meter o sacar a nuestro país de esta lista se utiliza como un premio o castigo a sus políticas en materia de propiedad intelectual. Por ejemplo, en 2012 España salió de ella por haber aprobado la polémica ley Sinde-Wert, que otorgó a un comité administrativo la potestad para clausurar páginas web por infracciones de propiedad intelectual. Una decisión que hasta entonces había estado en mano de los jueces. El informe 301 también tiene en cuenta los diferentes estudios sobre la piratería publicados por los lobbies de las industrias culturales en España.”

Si nos enfocamos en los datos del impacto económico que generan las industrias culturales -ya sea discográfica o cinematográfica-, es muy sencillo comprender la imperiosa necesidad que tienen por mantener esas condiciones jurídicas y políticas. La presión institucional o grupal de la agenda sobre los bienes culturales tiene un fundamento esencial:

“Para entender esta presión hay que mirar los números. Las industrias culturales de Estados Unidos generan un gran negocio en España gracias a su amplia cuota de mercado. Por ejemplo, según datos del ministerio de Cultura, en 2011 - último año disponible- la cuota de mercado de los largometrajes de EEUU estrenados en España fue del 69,2% frente al 15,59% del cine español. Desde 2001, esta cuota nunca ha bajado del 62%.”

---

<sup>239</sup> Antonio Delgado, *op. cit.*, s/p.

Otro de los más claros ejemplos actuales de una medida con fines legales, pero que reviste prácticas de una ética política cuestionable, es la negociación del *Trans-Pacific Partnership*. “En la negociación del TPP participan los gobiernos de 12 países de la región del Pacífico<sup>240</sup>, cuyas economías generan 35 por ciento del producto interno bruto (PIB) mundial. Las negociaciones abarcan agricultura, servicios, compras de gobierno, regulación y controversias, entre otras áreas.”<sup>241</sup> “[Esta negociación incluye] un acuerdo de alcance multinacional que, de acuerdo con organizaciones civiles, limita la libertad de acceso a Internet y obliga a los proveedores del servicio a suprimir contenidos cuando un autor considere que la difusión transgrede sus derechos de propiedad intelectual. El conjunto de compromisos considera la aplicación de sanciones contra aquellos proveedores que no realicen tareas de fiscalización, revela un documento secreto que recoge los acuerdos a que han llegado hasta ahora a varios países y que *Wikileaks* entregó a organizaciones y medios en el mundo [...]”<sup>242</sup> El texto incluye propuestas inspiradas por Hollywood y la industria de la música para limitar la libertad de Internet y el acceso a materiales educativos, con la finalidad de forzar a los proveedores de Internet a vigilar los derechos de autor.<sup>243</sup>

El borrador de la negociación especifica que cuando “[...] ocurra una disputa por difusión de contenidos con derecho de autor en Internet, la controversia será dirimida por un panel internacional cuyas decisiones deberán ser acatadas por los países que suscriban dicho acuerdo, aun si contraviene sus legislaciones locales [...]” “La regla negociada en el TPP se aplicaría a contenido protegido por derecho de autor en los casos en que el PSI<sup>244</sup> lo transmita, lo hospede o lo conserve en sus sistemas. El documento señala que habría incentivos legales para que los PSI acaten estos procedimientos o acciones contra los PSI que no lo hagan.”<sup>245</sup>

---

<sup>240</sup> Australia, Brunéi, Chile, EE. UU., Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Vietnam, Canadá y México.

<sup>241</sup> Antonio Delgado, *op. cit.*

<sup>242</sup> Roberto González Amador *et al.*, “Busca EU limitar acceso a Internet en el Pacífico”, México, *La Jornada*, 13 de noviembre de 2013, p.2.

<sup>243</sup> Burcu Kilic en Miriam Posada García *et. al....op. cit.*

<sup>244</sup> Proveedores de Servicios de Internet.

<sup>245</sup> Antonio Delgado, *ibídem.*

Los PSI tendrán que cooperar con los administradores de los derechos de autor, para impedir la piratería; tendrán que acatar sus solicitudes de bajar contenido de la red.<sup>246</sup> El texto del borrador señala que el objetivo de incorporar el tema de los derechos de propiedad intelectual es dar “relevancia al papel de la propiedad intelectual en promover el desarrollo económico y social, particularmente respecto de la nueva economía digital, innovación tecnológica, transferencia y el intercambio de tecnología y comercio”<sup>247</sup>. También se pretende reducir las barreras al comercio y la inversión a partir de promover una integración económica más profunda mediante una efectiva y adecuada creación, utilización, protección y legislación de los derechos de propiedad intelectual, tomando en cuenta los diferentes niveles de desarrollo económico, así como la capacidad y las diferencias de los sistemas legales nacionales.

Una de las características de este tipo de negociaciones es la ausencia de debate público. Mientras no fluye la información sobre el nivel de conocimiento que el público en general y los congresos locales puedan tener sobre el verdadero alcance de la regulación del uso en Internet planteada en el TPP, al menos 600 compañías norteamericanas -en rubros de tecnología, farmacéuticas y alimentos-, si tienen acceso a la negociación, y brindan además asesoría y consejos sobre las políticas públicas.

De proceder el acuerdo, se estarían creando nuevos derechos, que en la arena internacional no han tenido un consenso en las últimas dos décadas, como es el uso de contenidos. *Se aumentarían los plazos de protección en materia de derechos de autor hasta casi duplicar los estándares internacionales y crea nuevos derechos que no existen en ningún instrumento de propiedad intelectual, que pueden significar serias desventajas para el acceso al conocimiento y la cultura.*<sup>248</sup>

---

<sup>246</sup> Burcu Kilic en Miriam Posada García *et. al....op. cit.*

<sup>247</sup> Miriam Posada García *et. al....op. cit.*

<sup>248</sup> Claudio Ruiz, Presidente de la organización chilena de Derechos Digitales.

## 2.4 La defensa organizada

Una vez que hemos analizado el lado más visible del conflicto actual -en términos de intereses- que ha generado la presencia de la música en Internet a las industrias discográficas, es necesario atender su contraparte. Esta también es variada, amplia y compleja, pero es evidentemente contraria a muchos de los posicionamientos y demandas legales o éticas de las empresas. Para complementar el caso de estudio, se ha seleccionado a la *Electronic Frontier Foundation*, al ser una de las organizaciones civiles pioneras en el terreno de los espacios digitales, que además surge en los EE. UU., siendo este el país con la mayor concentración económica de industrias culturales y medios de comunicación en el mundo. Esta organización se especializa en la investigación y acción en torno a toda una gama de conflictos jurídicos y discursivos que provienen del desarrollo de las más diversas actividades culturales en Internet.

### 2.4.1 *Electronic Frontier Foundation: una historia de la protección de la libertad donde la ley y la tecnología colisionan.*<sup>249</sup>

La EFF fue fundada en julio de 1990, como resultado de una amenaza hacia la libertad de expresión. “La Electronic Frontier Foundation es una organización sin fines de lucro, con una meta bastante simple: con el reconocimiento de que cada vez más gente migraría a Internet para realizar más actividades, queríamos asegurarnos que nuestros derechos constitucionales viajaran intactos al ciberespacio con nosotros. Desde entonces, han tenido un rol en casi todos los grandes desafíos a los derechos de las personas en línea.”<sup>250</sup>

Ese mismo año, el Servicio Secreto Norteamericano condujo una serie de investigaciones para rastrear la distribución de un documento cuya copia fue ilegalmente hecha (conocido después como el *E911*), que describía cómo

---

<sup>249</sup> *apud.*, S/a, “A History of Protecting Freedom Where Law and Technology Collide” [en línea], EE. UU., *Sitio web de Electronic Frontier Foundation*, Dirección URL: <https://www.eff.org/about/history>, [consulta: 28 de noviembre de 2013].

<sup>250</sup> Cindy Cohn, Directora Legal de Electronic Frontier Foundation.

funcionaba el sistema de emergencias 911. Argumentaron que si los *hackers* conocían la forma de utilizar las líneas telefónicas del sistema de emergencias, que funcionan fuera del entramado normal de comunicaciones, éstas se saturarían, causando una ineficacia del servicio.

Uno de los que supuestamente recibió el documento fue Steven Jackson, operador de sistemas de una pequeña editorial de juegos en Austin, Texas. El Servicio Secreto ejerció acción legal sobre Jackson, confiscando todo material electrónico y las copias del nuevo libro de la editorial. Al final el Servicio Secreto regresó todas las computadoras, sin presentar cargos en contra de la compañía, ya que ninguna copia del *E911* fue encontrada; desde luego que el negocio de Jackson quebró. Cuando los empleados pudieron indagar en las computadoras que fueron devueltas, descubriendo que todo el correo electrónico -que había sido almacenado en el boletín electrónico de la principal computadora de la compañía, y donde usuarios que no eran empleados habían escrito y recibido mensajes personales-, había sido individualmente accesado y eliminado. Jackson creyó que sus derechos como editor habían sido violados, así como la libertad de expresión y privacidad de sus usuarios. La empresa buscó asesoría de algún grupo de derechos civiles, desafortunadamente, ninguno de los grupos que existía entendía el contexto tecnológico, ni la dimensión y gravedad del problema.

En una comunidad electrónica llamada *Whole Earth Electronic Link* (conocida por *WELL.com*), varios expertos en tecnología comprendieron que libertades civiles estaban involucradas. Mitch Kapor, ex presidente de la *Lotus Development Corporation*, John Perry Barlow, ganadero de Wyoming y líricista de Grateful Dead, y John Gilmore, uno de los primeros empleados en *Sun Microsystems*, decidieron hacer algo al respecto. Crearon una organización que trabajara en los problemas con las libertades civiles en torno a las nuevas tecnologías. Y el día que formalmente anunciaron la organización, también anunciaron que representarían a Steve Jackson Games y otras de las compañías en una demanda en contra del Servicio Secreto de EE. UU; la Electronic Frontier Foundation nació en ese



momento. El caso de Steve Jackson Games se volvió muy importante en el desarrollo de un marco legal propio para el ciberespacio. Por primera vez, una corte sostuvo que el correo electrónico debe ser protegido igual que una llamada telefónica. La Electronic Frontier Foundation continúa tomando casos que generan importantes precedentes para el tratamiento de los derechos en el ciberespacio.

En un segundo caso paradigmático, *Bernstein vs. Departamento de Justicia de EE. UU.*, el gobierno le prohibió a un estudiante de doctorado en matemáticas de la Universidad de California, publicar en Internet un programa de encriptación informática que él había creado. Años antes, el gobierno había puesto a la *encriptación*<sup>251</sup> en la Lista de Municiones de los Estados Unidos, junto con bombas y lanzallamas, como armas reguladas con propósitos de seguridad nacional. Compañías e individuos que exportaran artículos en dicha lista, incluyendo software con posibilidades de encriptación, debían obtener la aprobación del Departamento de Estado. Las restricciones en exportaciones encriptadas entorpecían los negocios norteamericanos y dañaban los derechos de libertad de expresión de los individuos.

Crítico para el comercio electrónico, las compañías usaban la encriptación para salvaguardar información sensible, como números de tarjetas de crédito, que enviaban o recibían en redes electrónicas. Las compañías también aseguraban el acceso al software y proveían seguridad mediante la encriptación. Limitando la exportación de encriptación, las tecnologías y los métodos, fueron empujadas para desarrollarse en el exterior, donde las empresas norteamericanas no podían competir. El Departamento de Estado no tenía simpatía por la situación de Bernstein, y le dijeron que necesitaría una licencia para ser un vendedor de armas, antes de que pudiera simplemente postear el texto de su programa de encriptación en internet. También le dijeron que le negarían una licencia de exportación si aplicara para una, porque su tecnología era muy segura.

---

<sup>251</sup> Un método de cifrar mensajes, de modo que solo sea entendido por sus receptores originales.

La Electronic Frontier Foundation formó un equipo legal y demandó al gobierno de los EE. UU. en nombre de Dan Bernstein. La corte falló, por primera vez, que el software escrito en código era expresión protegida por la Primera Enmienda Constitucional. También determinó que las leyes de control de exportación en la encriptación violaban los derechos constitucionales de Bernstein al prohibir su libertad de expresión. Como resultado, el gobierno cambió la regulación de la exportación. Ahora, todo mundo tiene el derecho a publicar y 'exportar' software de encriptación sin permiso del gobierno de los EE. UU.

#### 2.4.2 Las actividades de la EFF<sup>252</sup>

Mientras las primeras amenazas al derecho de comunicación provenían del gobierno, las actuales provienen también de la industria, ya que buscan controlar y expandir los recursos en favor de sus ventas. La tendencia de la industria ha sido utilizar una combinación de derecho y tecnología para suprimir los derechos de la gente a utilizar la misma tecnología. En ningún otro lugar es más evidente esto que en el mundo de la propiedad intelectual y los derechos de autor, donde los estudios musicales y cinematográficos están intentando dominar la tecnología, para que sirvan a sus intereses, manipulando las leyes para alterar el delicado balance entre la propiedad intelectual y el derecho a pensar y expresarse libremente. El Internet es global<sup>253</sup>, y lo son también las amenazas a la libertad digital. La EFF se enfoca en la defensa de la privacidad, la libre expresión, los derechos digitales del consumidor y la innovación en todo el mundo. Realizan labores educativas para organizaciones, individuos, gobiernos, medios y compañías en todo el mundo sobre las recientes amenazas a los usuarios de internet, proveyendo información a través del blog *Deeplinks*, el Centro de Acción, los *white papers*<sup>254</sup>, análisis legales y campañas.

---

<sup>252</sup> Cfr., S/a, "A History of Protecting Freedom Where Law and Technology Collide" [en línea], EE. UU., Sitio web de Electronic Frontier Foundation, Dirección URL: <https://www.eff.org/about/history>, [consulta: 13 de diciembre de 2013].

<sup>253</sup> S/a, EFF International, [en línea], EE. UU., Sitio web de Electronic Frontier Foundation, Dirección URL: <https://www.eff.org/issues/international>, [consulta: 13 de diciembre de 2013], s/p.

<sup>254</sup> Investigaciones académicas.

La EFF realiza investigaciones sobre las propuestas legislativas que puedan ser una violación para los derechos de los usuarios en diferentes lugares, de malintencionados tratados y acuerdos sobre Internet, creados en la oscuridad y al margen de un proceso democrático. Cuando los EE. UU. intenta cabildear propuestas en contra de la privacidad, la libre expresión y la innovación en organismos internacionales, la EFF crea campañas de advertencia para los gobiernos, los medios y la gente sobre los impactos negativos de esas iniciativas sobre los derechos humanos. La idea es generar una presión a las grandes corporaciones y gobiernos para que defiendan los estándares de derechos humanos y el estado de derecho.

La legislación internacional de los derechos de propiedad intelectual puede dañar la libertad de expresión en línea, la privacidad, los proyectos y la innovación. El programa internacional de EFF educa a los legisladores de todo el mundo sobre la necesidad de leyes de propiedad intelectual balanceadas, y políticas que protejan a los creadores, preserven el acceso al conocimiento, promuevan la innovación tecnológica y empoderen a los consumidores digitales.

EFF lucha por proteger los derechos de los usuarios de internet, para mantener libres y abiertos los procesos multinacionales de acuerdos de comercio que extiendan una propiedad intelectual restrictiva en todo el mundo, tales como ACTA<sup>255</sup>, TPP<sup>256</sup>, y SOPA<sup>257</sup>. Como instituciones creadoras de políticas, la OCDE, la OPII y los gobiernos nacionales consideran propuestas para convertir a los intermediarios de internet en una policía de la propiedad intelectual y los derechos de autor, por lo que la EFF promueve la defensa de los derechos de los usuarios, evitando la remoción, censura o bloqueo de contenido sin una revisión judicial o un debido proceso legal.

---

<sup>255</sup> Anti-Counterfeiting Trade Agreement.

<sup>256</sup> Trans-Pacific Partnership Agreement.

<sup>257</sup> Stop Online Piracy Act.

La EFF trabaja con una red global para fortalecer la abogacía en contra de los gobiernos que justifican esfuerzos para la censura, bajo el disfraz de leyes de protección a propiedad y acuerdos voluntarios de los proveedores de servicios de internet para bloquear contenido y cortar el mismo, en nuestro sitio de coalición *Global Checkpoints*<sup>258</sup>.

Para facilitar la habilidad de los ciudadanos a comunicarse, crear, colaborar y educarse a nivel internacional en temas actuales de propiedad intelectual y derechos de autor, la EFF ha generado vínculos con librerías, archivos, educadores, académicos, la comunidad de software libre, compañías de tecnología y telecomunicación y legisladores. El objetivo esencial es promover la revisión de excepción y limitantes legales de la propiedad intelectual, de acuerdos plurilaterales y tratados internacionales. De hecho, la EFF realizó, desde sus primeros años de experiencia con las industrias culturales, una declaración de principios como institución y el compromiso civil con las nuevas vías de comunicación en el entorno digital. Entonces, como ahora, el punto central era la existencia de las redes P2P o cualquier otro canal de transmisión parecido:

“¿Cansado de que la industria del entretenimiento te trate como un criminal por querer compartir música o películas en línea? Nosotros también -EFF está luchando por una solución constructiva que le de ingresos a los artistas, mientras hace la transferencia de archivos legal. La irracional guerra en contra de las redes P2P dirigida por mal intencionados propietarios de contenidos y sus representantes no ha generado un solo centavo para los artistas. De hecho, a pesar de las demandas y otros intentos por detener a los proveedores de las redes P2P y miles de fanáticos de la música y el cine de compartir archivos, [...] [el sistema] es más popular que nunca. Lo que es más, la industria del entretenimiento ha amenazado la innovación en los sistemas de las redes P2P y muchas otras herramientas que maximizan lo que obtenemos de los medios. Podría ser peor -la industria está presionando en el Congreso para aprobar sanciones civiles y criminales a la transferencia de archivos, y restringir la innovación. [...]”<sup>259</sup>

---

<sup>258</sup> <https://globalchokepoints.org/>

<sup>259</sup> S/a, “File Sharing”, EE. UU., *Electronic Frontier Foundation Web Page*, Dirección URL: <https://www.eff.org/issues/file-sharing>, [consulta: 15 de diciembre de 2013], s/p.

Algunas de las principales actividades que la EFF ha desarrollado y desarrolla en torno al análisis, discusión, defensa y proposición de resolución de conflictos relacionados con la presencia de la música en Internet se enfocan en un diseño alternativo al de la rigidez institucional del esquema de la intermediación cultural:

- “EFF lucha por proteger el proceso legal de los derechos de individuos atrapados en las más recientes acciones legales predatorias [por parte de la industria].
- EFF ha creado una lista de recursos defensivos ante un citatorio para aquellos acusados por demandas de transferencia de archivos.
- EFF ha propuesto maneras para que los artistas sean pagados sin que los fans sean demandados.
- EFF ayudó a establecer protecciones legales para la privacidad en línea, incluyendo la de los usuarios de redes P2P.
- EFF ha asistido a usuarios de Internet que han caído por error en las redes de las acciones de la industria.
- EFF ha ayudado a los usuarios de redes P2P demandados por la RIAA<sup>260</sup> y la MPAA<sup>261</sup> a encontrar consejo legal.
- EFF llevó el caso *MGM v. Grokster*<sup>262</sup> a la Suprema Corte, y defendió el derecho de los innovadores para construir nuevas tecnologías sin tener que pedir el permiso de Hollywood primero.
- EFF ayudó a echar para atrás la INDUCE Act<sup>263</sup>, que amenazaba la innovación y los sistemas P2P.
- EFF desenmascaró el filtro de redes P2P, basado en la propiedad de la huella digital acústica de la empresa Audible Magic Co.
- EFF apoyó soluciones sensibles en los campus de las universidades involucradas con la transferencia de archivos.

---

<sup>260</sup> Recording Industry Association of America.

<sup>261</sup> Motion Picture Association of America.

<sup>262</sup> Demanda judicial contra los creadores de los programas P2P Morpheus, Grokster, y KaZaA.

<sup>263</sup> Presentada por el senador republicano Orrin Hatch en 2004.

- EFF creó una petición al Congreso [de los EE. UU.] en contra de las demandas de la RIAA.
- EFF y sus miembros ayudaron a defenderse de la aprobación de la Ley Berma<sup>264</sup> de 2002.<sup>265</sup>

La intensión epistemológica de segundo capítulo se finca y redonda en la necesidad de comprender los procesos históricos de los dos contextos materiales e inmateriales en el que existe y existió la música como nuestro objeto de estudio. Por un lado, la vieja historia del nacimiento, desarrollo, consolidación y crisis de una industria discográfica; por el otro el surgimiento paradigmático del Internet como un espacio por antonomasia intangible, extenso y con gradientes de libertad, pero sumamente presente en nuestra cotidianeidad.

El corolario del capítulo apunta a la intensión de enfocar la mirada analítica, dentro de los mencionados contextos, en los casos de estudio, como un ensayo sumamente actualizado que nos permita abordar, en el próximo y último capítulo, la naturaleza de la dimensión conflictiva de la música como objeto mercantil, como bien cultural, como lenguaje y como asunto de política y economía internacional.

---

<sup>264</sup> Conocida como “P2P Vigilantism”, propuesta por Howard Berman, senador demócrata por California.

<sup>265</sup> S/a, *Electronic Frontier Foundation Web Page*, “File Sharing”, [en línea], EE. UU., Dirección URL: <https://www.eff.org/issues/file-sharing>, [consulta: 14 de febrero de 2014], s/p.

# ***Entr'acte***

“Todo parece miserable e inútil en cuanto la música enmudece. Se comprende así que pueda ser odiada y se sientan tentaciones de considerar su absoluto como un fraude. Porque cuando se la ama demasiado hay que reaccionar contra ella como sea.”

Emil Michel Cioran, *Ese Maldito Yo*

## ***Tercer movimiento:*** **CONTEMPORANEIDAD CONFLICTIVA**

“Al contrario, contemporáneo es aquel que percibe la sombra de su tiempo como algo que le incumbe y no cesa de interpelarlo, algo que, más que cualquier luz, se refiere directa y singularmente a él. Quien recibe en pleno rostro el haz de tiniebla que proviene de su tiempo.”

Giorgio Agamben, *¿Qué es lo contemporáneo?*

*Et lux in tenebris lucet.*<sup>266</sup> Siendo la crisis de la cultura un tema contemporáneo, no es posible soslayarlo. Dejar de lado su análisis y discusión, con toda la amplitud y complejidad que reviste, significa ignorar la existencia de un *champ de bataille* académico, teórico, económico, legal, moral y social. Renunciar al entendimiento de una parcela material y simbólica conflictiva significa delegar la posibilidad de participar activamente en su dinámica.

La conflictividad del fenómeno cultural contemporáneo reside en su densidad, amplitud y superposición. El surgimiento pleno del Internet y la cultura digital en el siglo XXI, frente a las todavía activas formas económicas, legales y simbólicas del siglo XX, es solo una de sus caras. La música, entendida como uno de los más importantes lenguajes artísticos que forman parte del proceso de construcción de la identidad y de lo político en el ser humano, es un objeto de estudio que nos permite adentrarnos en una de las manifestaciones más recientes de dicho conflicto. Este capítulo concluye analizando el polo del capitalismo cultural o semicapitalismo, que a través de una reorganización de las formas de acumulación tradicionales, ha incursionado en la apropiación y mercantilización de diversos canales y capacidades en la producción del lenguaje musical. Del otro lado, tenemos la gama de manifestaciones ajenas a la unidimensionalidad de la lógica mercantil, y se caracteriza por una innovación y resistencia. El objetivo es conocer su condición actual, y ubicarlas en el proceso cultural internacional.

---

<sup>266</sup> Y la luz brilla en las tinieblas.



### 3.1 El dios Apolo Musageta y Marsias el sátiro

“Luego Apolo mató al sátiro Marsias, acompañante de la diosa Cibeles. Así fue como sucedió: Un día Atenea hizo una flauta doble con huesos de ciervo y la tocó en un banquete de los dioses. No podía comprender al principio por qué Hera y Afrodita se reían silenciosamente tapándose el rostro con las manos, pues su música parecía complacer a los otros dioses; en consecuencia se dirigió sola a un bosque frigio, tomó otra vez la flauta junto a un arroyo y contempló su imagen en el agua mientras tocaba. Inmediatamente se dio cuenta de lo ridícula que le hacía parecer el rostro azulado y los carrillos hinchados, por lo que arrojó la flauta y maldijo a quienquiera que la recogiera.

Marsias fue la víctima inocente de esa maldición. Tropezó con la flauta, que tan pronto como se la llevó a los labios empezó a tocar por sí sola, inspirada por el recuerdo de la música de Atenea; recorrió Frigia con ella en el séquito de Cibeles, deleitando a los campesinos ignorantes. Éstos decían que ni Apolo mismo podía haber hecho mejor música, ni siquiera con su lira, y Marsias fue lo bastante insensato como para no contradecirles. Por supuesto, esto provocó la ira de Apolo, quien le invitó a un certamen en el que el vencedor podría imponer el castigo que quisiese al perdedor. Marsias accedió y Apolo eligió a las Musas como jurado. Los dos quedaron igualados, pues a las Musas les encantaban ambos instrumentos, hasta que Apolo le gritó a Marsias: «Te desafío a que hagas con tu instrumento lo que yo puedo hacer con el mío. Ponlo al revés y toca y canta al mismo tiempo.»

Con una flauta eso era manifiestamente imposible y Marsias no logró hacer frente al desafío. Pero Apolo invirtió la lira y cantó himnos tan deliciosos en honor de los dioses olímpicos que las Musas no pudieron menos de sentenciar en su favor. Luego, a pesar de su supuesta bondad, Apolo se vengó cruelmente de Marsias: lo desolló vivo y clavó su piel a un pino (o, como dicen algunos, a un plátano), junto a la fuente del río que ahora lleva su nombre.”<sup>267</sup>

---

<sup>267</sup> Robert Graves, *Los Mitos Griegos I*, Traductor: Luis Echávarri, revisión: Lucía Graves, España, Editorial Alianza, 1985, pp.80-81.



268

268 Consultar Imágenes en Fuentes, p. 154.

### 3.1.1 *Una metáfora*

Este mito griego sirve a la investigación como un soporte metafórico para ilustrar la naturaleza del conflicto. Consideremos la figura del dios griego Apolo como un equivalente de la industria musical, y al sátiro Marsias como representación de la presencia de todas las formas alternativas de la música en la actualidad. Apolo, intermediación divina, es quien brinda los dones y favores a los mortales, siendo posible obtenerlos únicamente a través de su adoración. Una de sus más grandes virtudes, es la de presidir el culto de la música, gracias a su control directo sobre las Musas. La habilidad del sátiro Marsias con la flauta cuestiona la omnipotencia de Apolo, llevando a este a organizar una competencia, que terminaría en un acto desleal, con la derrota y eliminación definitiva de su enemigo. La narrativa mítica de la potestad musical de Apolo en el mundo griego, sometida a la intermediación de las Musas, recuerda al poder económico e institucional de las industrias discográficas durante buena parte del siglo XX. La destreza de Marsias, proveniente de la flauta divina, emula al surgimiento de Internet como una nueva dimensión cultural, en franca oposición a la divinidad. La competencia de destrezas y la igualdad de condiciones podrían evocar el actual proceso en constante actualización de la digitalización de los contenidos culturales y el predominio del acceso a la tecnología.

Lo único que no ha sido resuelto por la realidad es la resolución del conflicto. Sería de esperarse que el dios Apolo hubiese llevado la competencia leal hasta sus últimas consecuencias, arriesgando ser el perdedor, en lugar de arrinconar y eliminar a Marsias.

Hoy en día, ni la industria musical ha completado un ciclo de recuperación o una adaptación definitiva al entorno digital; ni las nuevas redes de creación, valorización y distribución presentes en Internet se han convertido en un paradigma dominante en las prácticas culturales. ¿Vencerá en algún tipo de competencia desleal una a la otra? ¿El ganador reclamará la vida del enemigo?

## **3.2 El estado actual de la música en el entorno digital**

Un acercamiento a los indicadores permite siempre contrastar ciertas hipótesis, al clarificar el contexto más reciente, permitiendo el cotejo objetivo de las estructuras teóricas. Con el objetivo de plantear un panorama objetivo de la situación actual de la música en transición al entorno digital, es necesario atender dos grandes grupos de estadísticas: el de estadísticas de la condición de los mercados, las ventas y la distribución de contenidos de la propia industria discográfica, incluyendo desde luego su faceta digital; y aquel que nos revele el papel de las redes P2P y la transferencia de archivos en comparación con otros canales de distribución, dentro del grueso del tráfico de datos en Internet.

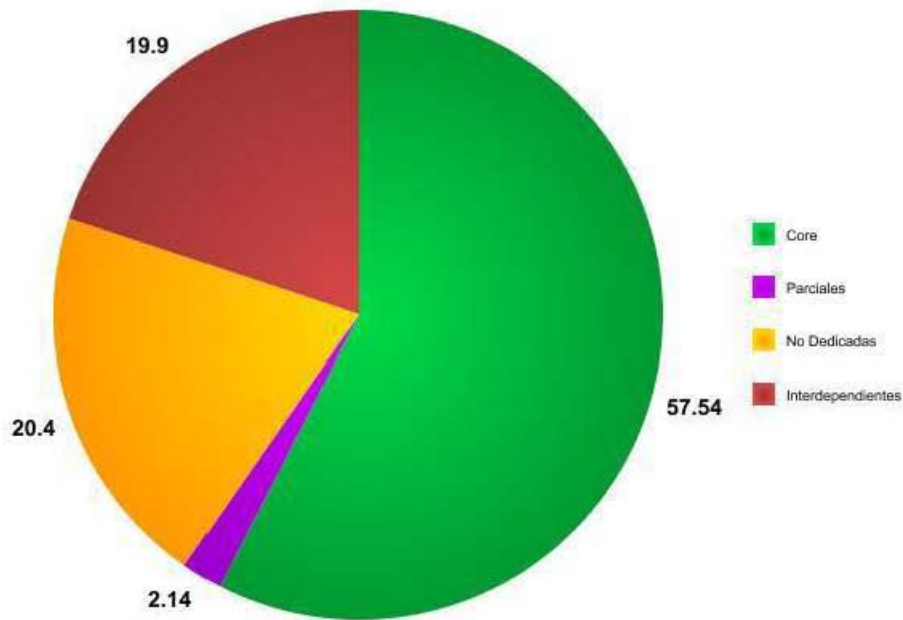
### *3.2.1 Análisis de los principales indicadores económicos*

Plantear un análisis cuantitativo que nos permita mapear de manera general las condiciones más recientes de las industrias de propiedad intelectual en EE. UU. y de las condiciones globales de la industria musical y discográfica, tiene el objetivo de dimensionar la importancia económica que tiene para éstas el mantenimiento de su condición como propietarios e intermediarios en el proceso cultural del lenguaje musical. La elección del indicador norteamericano está orientada por el simple de hecho de reconocer que la mayor parte de los flujos internacionales de bienes culturales relacionados con la propiedad intelectual provienen de su mercado.

Dicho análisis se descompone en 4 partes esencialmente. La primera, recoge datos sobre las industrias de propiedad intelectual y sus exportaciones en los EE. UU. La segunda, engloba el total de ventas y distribución de mercados de la industria musical en general. La tercera desciende hasta el nivel de la industria discográfica en específico, sus sectores, ingresos, mercados y formatos. Y la cuarta recoge un análisis enfocado únicamente en las transformaciones de los formatos musicales a nivel internacional.

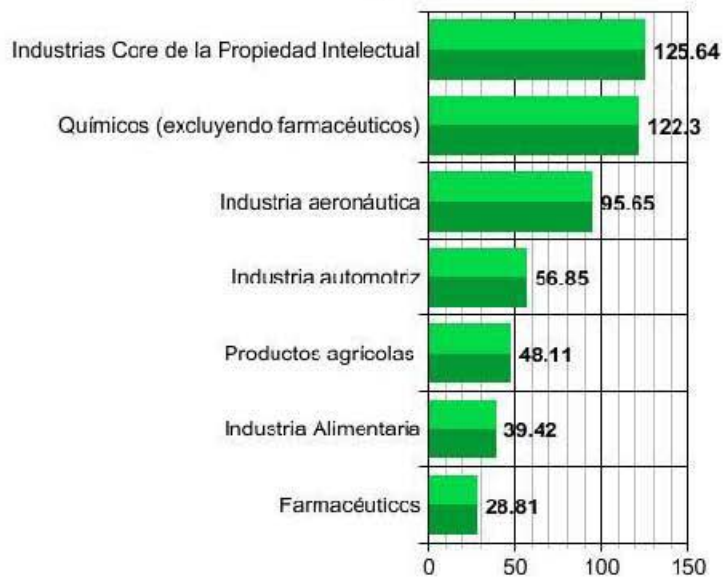
### 3.2.1.1 La Industria de la Propiedad Intelectual en los EE. UU.

Industrias de Propiedad Intelectual en los EE. UU. en 2012



Stephen E. Siwek para la International Intellectual Property Alliance

Comparación de Exportaciones de Propiedad Intelectual en EE.UU. (billones de dls.)



Fuente: Reporte IIPA 2007

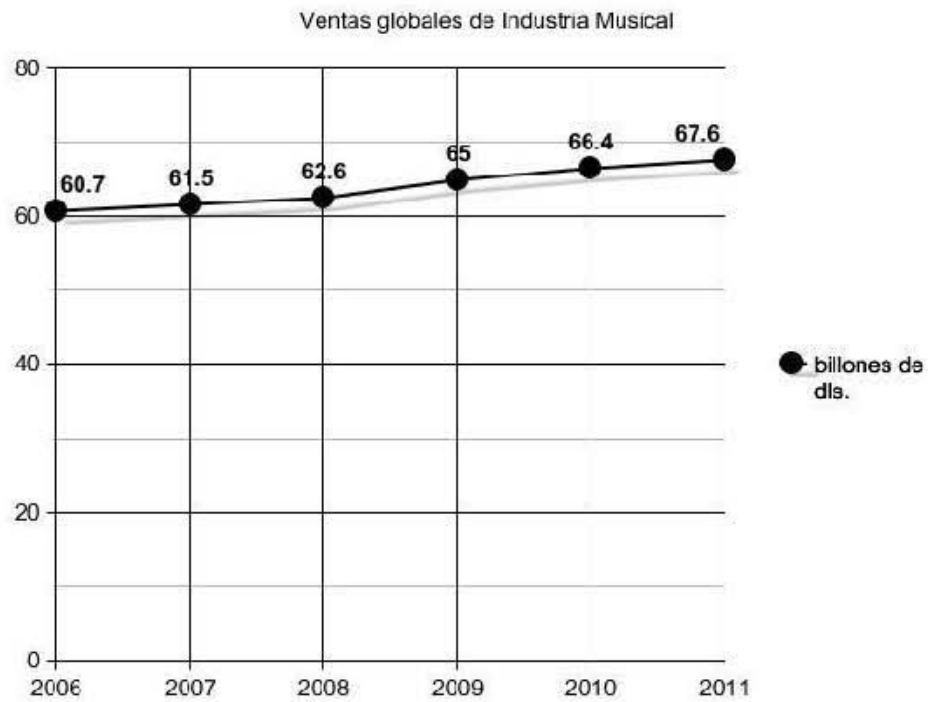
Comprender que el grueso de los ingresos económicos de una de las economías más grandes e impositivas del mundo tiene uno de sus pilares más importantes en la propiedad intelectual<sup>269</sup>, permite dimensionar la importancia de su funcionamiento. Con un total de \$1,765.2 billones de dólares –alrededor del 11.25% de la economía en EE. UU. De acuerdo a la IIPA–, la exportación de dicha propiedad se convierte en uno de los motores económicos esenciales, perfectamente compresible, al estar fincada en el entretenimiento y las producciones culturales. La presencia global empresas en este rubro es un hecho: *la industria electrónica y software como dominantes, seguidas por la maquinaria industrial global de filmación y distribución de películas y televisión, la gran industria musical, y grandes y pequeñas editoriales e impresoras de libros, periódicos y revistas.* La capacidad de penetración comercial de los productos culturales norteamericanos es enorme, por lo que la garantía de su funcionamiento y primacía depende de la existencia y cumplimiento de un marco jurídico, y de un cierto nivel de familiarización con el lenguaje y las formas, de cotidianeidad en el consumo y de patrones de imitación.

La alta concentración de capital financiero en el sector de la propiedad intelectual indica una tendencia creciente de las empresas por la propiedad las fuentes de creación y canales de distribución de lenguajes y símbolos. La necesidad de consumo de estos, en forma de objetos culturales prácticos, puede estar fundamentada tanto en una gran estrategia de marketing y publicidad, como en la simple existencia de un proceso cultural de producción y reproducción de la identidad, o inclusive ambas. Con la creciente relevancia y presencia de la tecnología, el acceso a este consumo ha aumentado exponencialmente a nivel global, así como los espacios y medios para obtenerlos. Es aquí donde las grandes industrias ponen una gran atención, ya que al abrir demasiado el espectro de ofertas, su tendencia monopólica del sector puede continuar decreciendo.

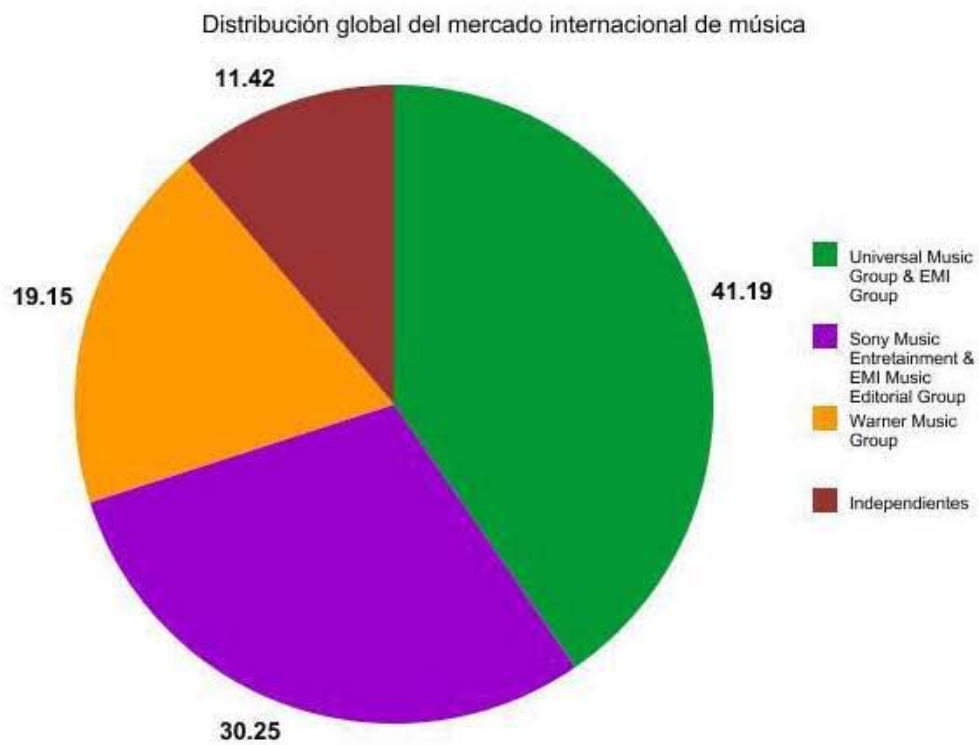
---

<sup>269</sup>Core: Software, videojuegos, libros, periódicos, revistas, películas, música, radio y televisión \$1015,6 bdd.  
Parciales: Productos industriales (joyería, muebles, juguetes, etc.) \$37.9 bdd.  
No Dedicadas: Telecomunicaciones, servicios de transporte, \$360.2 bdd.  
Interdependiente: Industrias de manufactura \$351.4 bdd.

### 3.2.1.2 La Industria musical a nivel global



Fuente: eMarketer: Global Music – "Tuning Into New Opportunities"



Fuente: Nielson SoundScan Report 2012

En lo que concierne a la gran industria musical, basta con reconocer que todas las empresas parte del grupo *Big Three* tienen una casa matriz en los EE. UU., convirtiéndolas en el epicentro de las decisiones y utilidades empresariales. No es por nada que juntas controlan poco más de las tres cuartas partes del mercado mundial. Sin embargo, este fenómeno de concentración financiera y ejecutiva es reciente, ya que antes de la gran crisis de finales de los años noventa, países como Japón, Reino Unido, Francia y Alemania tenían una participación más activa en la producción y distribución de fonogramas. Una de las formas de sortear la amenaza del colapso grupal, fue la compra, venta y fusiones corporativas.

La posibilidad de una quiebra colectiva era impensable, por lo que la justificación de la reorganización estibó en el hecho de que el sector de la música, junto con el del cine y los medios de comunicación, continúan siendo de los más activos e importantes a nivel internacional, a diferencia quizás del impacto más reducido que puedan tener otros sectores.

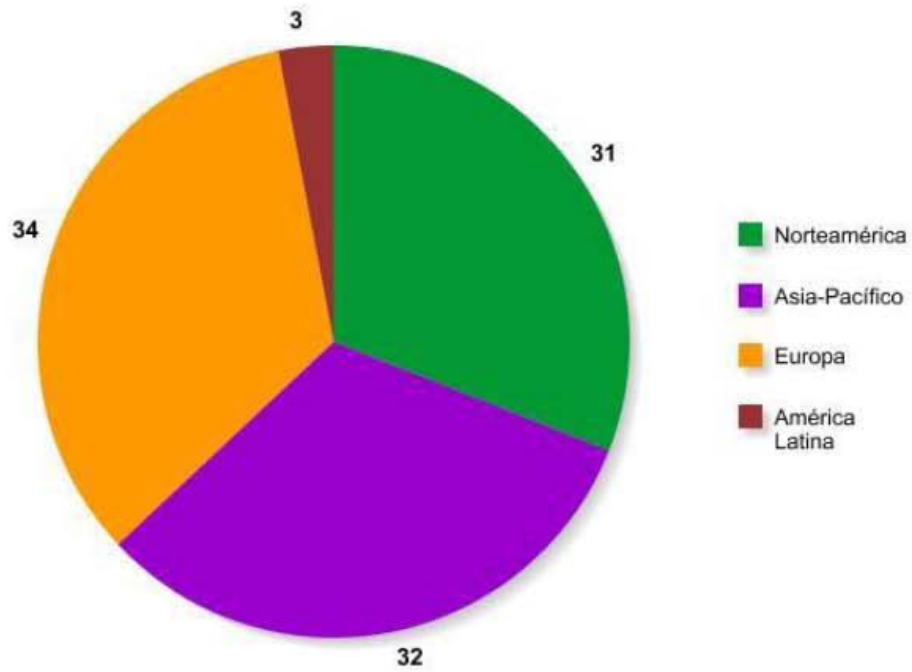
Extendiendo el análisis, se debe reconocer que la industria musical es mucho más que solo la creación y distribución de música, ya que también incluye rubros como el de los espectáculos, festivales, licencias, medios audiovisuales, etc. Sin embargo, todas sus ramas están indiscutiblemente vinculadas finalmente a la propiedad legal de los catálogos, a las obligaciones contractuales de los artistas y la legalidad de los canales de distribución.

Este esquema de negocios funcionó a lo largo del siglo XX. Algunas prácticas y formas siguen vigentes, sin embargo, la primacía del sector empresarial multinacional ha ido disminuyendo ante el surgimiento de agentes independientes a lo largo de toda la cadena de producción y consumo de música. A pesar de su voluntad, espacios como las disqueras independientes o el surgimiento pleno de la era digital, han minado su influencia de manera muy significativa tanto en la producción como en la distribución de contenidos.



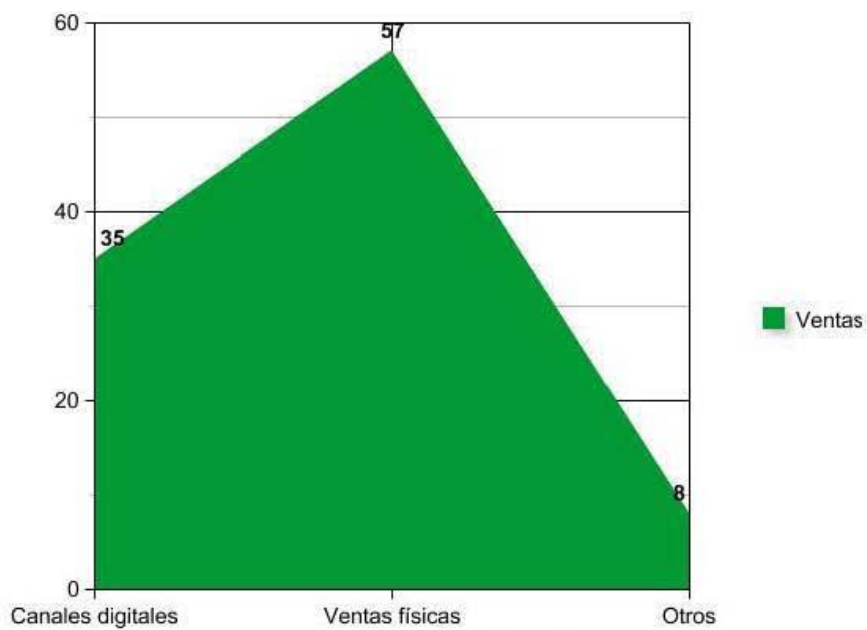
### 3.2.1.3 La Industria discográfica a nivel global

Principales mercados de la Industria Discográfica 2012



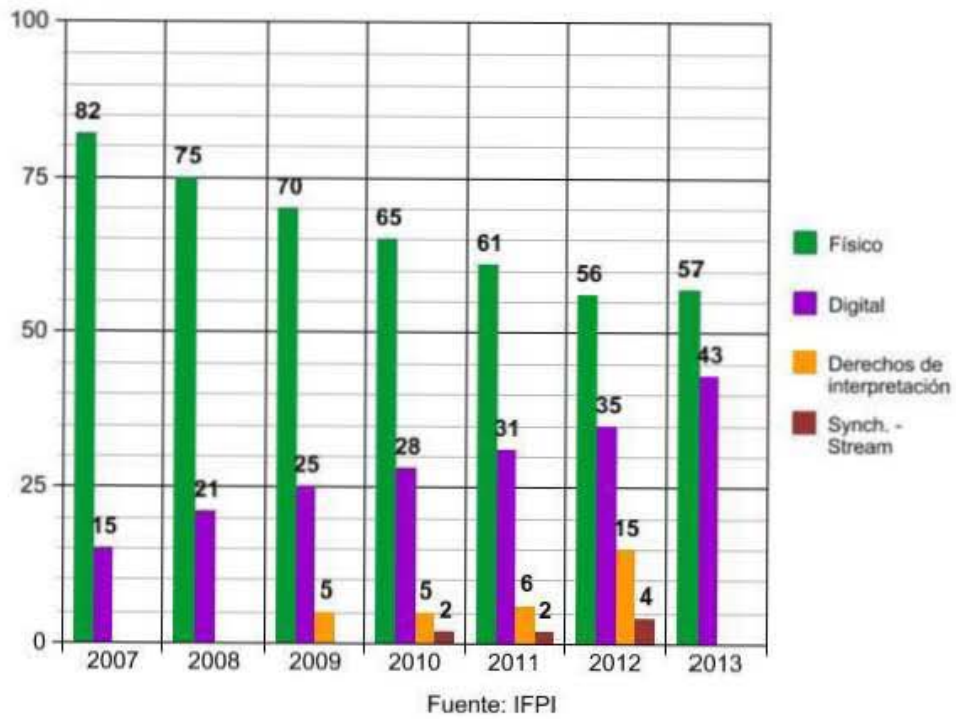
Fuente: PWC and Wilkofsky Gruen Associates, 2011

Ingresos de las industrias discográficas

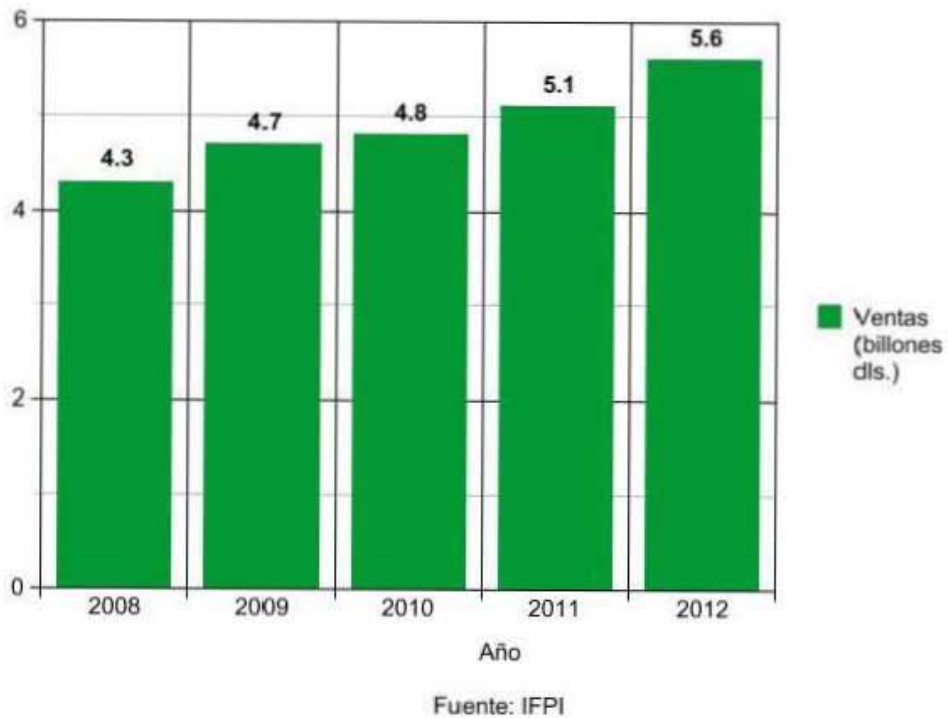


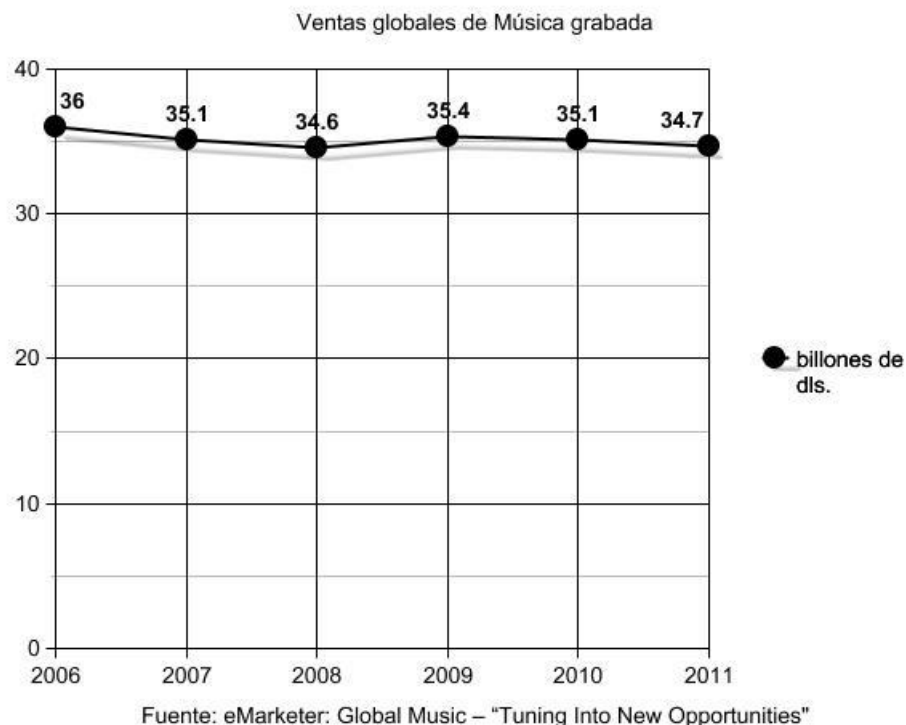
Fuente: Reporte IFPI 2013

Ventas Globales de la Industria Discográfica por sector



Ventas Digitales Globales





El análisis de estas cifras nos permite asegurar la tendencia de crecimiento de la faceta digital de la industria musical en la actualidad, resaltando siempre que dicho repunte sigue inserto en la todavía profunda caída y crisis institucional que se gestó desde finales de la década de 1990. Lo verdaderamente valioso es comprender que el esquema de negocios e intermediación que ofrecen las disqueras hoy en día tiene un cierto nivel de vigencia y legitimidad. Es cierto que su papel institucional como empresas, propietarias de derechos y recursos, no está del todo diluido en el entorno digital; pero también es cierto que hoy en día enfrentan el cuestionamiento de dicho estatus ante el surgimiento de la posibilidad del individuo de tomar el control autónomo en la creación, distribución y valorización de la música.

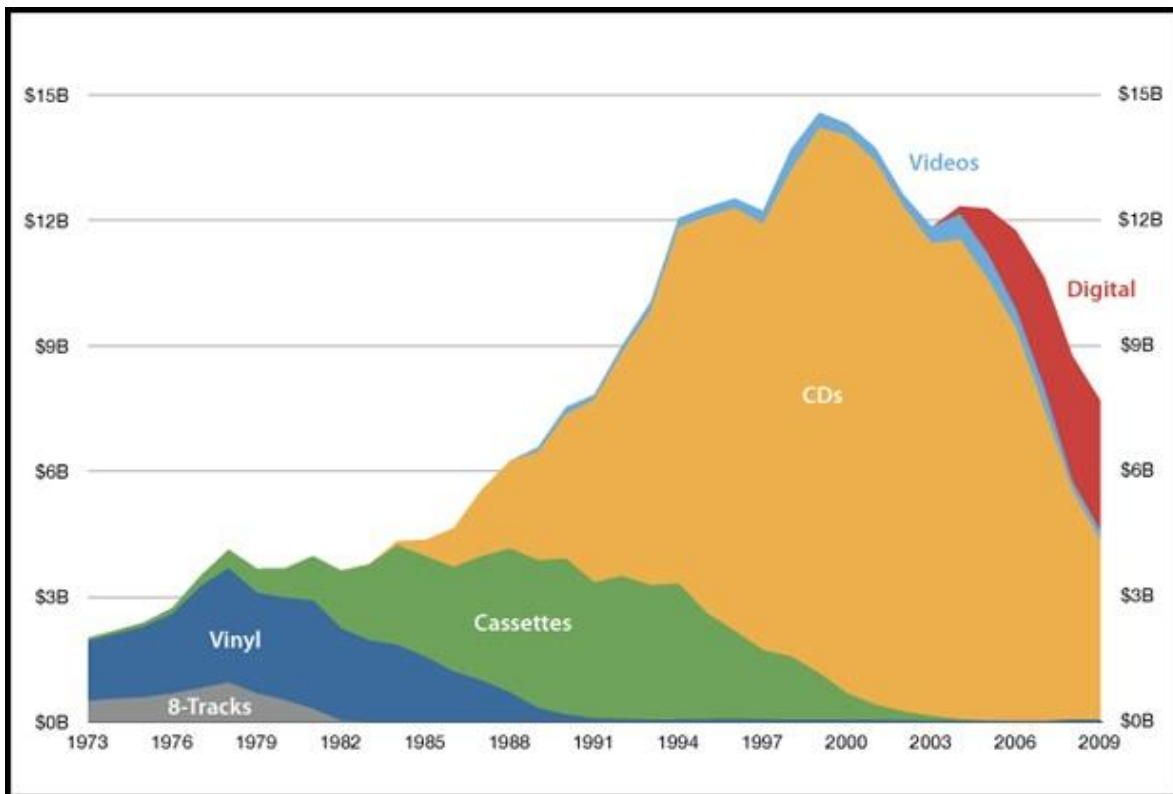
Idealmente, ninguna de las dos posturas simplemente abdicará en favor de la otra. Pero el conflicto es más complejo de lo que pudiera parecer en primera instancia, ya que el constante crecimiento de Internet, el acceso a la tecnología, los vínculos sociales en torno a ciertas prácticas, y las grandes cantidades de dinero inmiscuidas oponen automáticamente intereses.

Al realizar el análisis de los sectores de ingreso de la industria discográfica es posible identificar con claridad que éstas han realizado un giro necesario en torno a las actividades digitales, pero también poco a poco se han dado a la tarea de participar en el naciente nicho del *streaming*, gracias al manejo de sus repertorios a través de las licencias por derechos de autor. Mientras las ventas físicas disminuyen cada vez más sus ingresos, el factor digital crece paulatinamente. En los últimos años, la presencia de nuevos canales de distribución, y el aumento en la densidad de los catálogos,

El análisis de los principales mercados a nivel mundial para la música arroja para las tres regiones más importantes un porcentaje muy similar, equilibrado. En términos monetarios, el 34% de Europa Occidental -equivalente a un total de €5,714.34- lo convierte en el mercado más grande para las industrias; con un 32% de ventas -equivalente a un total de €5,385.32-, la región de Asia Pacífico ocupa el segundo lugar, dejando el 31% de ventas en Norteamérica -equivalente a un total de €5,353.31- en tercer lugar, terminando, de lejos, con un 3% de Latinoamérica -equivalente a un total de €501.3-. En el caso del análisis del control de las principales industrias, *The Big Three* dominan prácticamente el 90% del total del mercado, dejando el resto a los sellos independientes. Universal y Sony tienen la mayor porción de control gracias a sus repertorios, disminuyendo la influencia de Warner.

Las industrias discográficas no desaparecerán, eso es un hecho. El conflicto de su posición como intermediarios culturales surge en el momento en que estas deben considerar que el contexto de la era digital ha rebasado en muchos aspectos sus posibilidades de control efectivo sobre los flujos libres de información y lenguajes artísticos. Las nuevas generaciones crecen en un paradigma en el que la producción de lo análogo y lo digital conviven, pero las estructuras de consumo y circulación están cada vez más cargadas al área de lo inmaterial, donde coexisten las prácticas culturales que tienen que ver con el valor de uso y con el de cambio.

### 3.2.1.4 Tabla histórica de las ventas de formatos a nivel internacional



Fuente: RIAA

Cuadro y análisis: Michael De Gusta

A pesar que esta tabla no nos permite apreciar la totalidad de datos recolectados desde principios del siglo XX en materia de producción física de música grabada de la industria discográfica, si nos permite enfocarnos en las *rupturas tecnológicas*, donde con la aparición de cada nuevo dispositivo de almacenamiento y distribución, existe un *periodo de aceptación*, uno de *dominio*, y el último de *desuso*. Dichas *rupturas tecnológicas* responden al avance continuo y perpetuo de los medios tecnológicos, que en muchas ocasiones han beneficiado únicamente a aquellos que tienen un control absoluto sobre los mismos. La gran diferencia entre la pauta que marcó la era analógica y la digital, es que el acceso a dicha tecnología es hoy en día un factor a la mano de una buena parte de la población mundial, alterando inevitablemente cualquier balance.

### 3.2.2 Análisis del Tráfico en Internet por Regiones - Horas Pico en Accesos Fijos

Con el objetivo de analizar una serie de datos sobre el tráfico de Internet y sus principales actividades, se ha seleccionado el reporte anual de la organización canadiense *Sandvine*, que funciona desde 2001.

A pesar de ser una organización sumamente controversial en el tema de la transferencia de archivos, cuenta con una fuente de datos muy importante. Recientemente ha existido una discusión sobre sus vínculos para bloquear el tráfico de datos de redes P2P en conjunto con *Comcast*, que es la más grande empresa de servicios de teléfono cable e Internet en los EE. UU., y por lo tanto en el mundo. “El reporte *Sandvine’s Global Internet Phenomena Report*, examina una serie representativa de datos cruzados de los proveedores líderes de servicios de comunicación fija y móvil hasta marzo de 2013, y es posible gracias a la participación voluntaria de dichos clientes. De manera colectiva, los clientes de *Sandvine* proveen datos de servicios e Internet de cientos de millones de usuarios a nivel global.”<sup>270</sup>

Es posible confirmar que la presencia de las redes P2P sigue siendo de gran peso en el tráfico global de Internet, y es un fenómeno que no pueden esconder en las estadísticas. Otro fenómeno que rescatan de manera acertada, es la presencia del “[...] *Real-Time Entertainment* [Entretenimiento en tiempo real] (transmisión comprimida de audio y video), [que] continúa siendo la categoría de tráfico más grande en virtualmente cualquier red examinada, y se espera que se mantenga su crecimiento [...]”<sup>271</sup> Delimitar de manera general no solo las principales actividades de los usuarios en Internet, sino también las tendencias en la utilización de ciertos canales de distribución y consumo sobre otros, es un dato sumamente importante para entender las transformaciones de los hábitos y prácticas sociales en torno a la música.

---

<sup>270</sup> S/a, “Global Internet Phenomena Report 1H 2013”, Canadá, *Sandvine Intelligent Broadband Networks*, 2013, Dirección URL: <https://www.sandvine.com/downloads/general/global-internet-phenomena/2013/sandvine-global-internet-phenomena-report-1h-2013.pdf>, [consulta: 20 de diciembre de 2013], p.39.

<sup>271</sup> S/a, “Global Internet Phenomena Report 1H 2013”...*op. cit.*, p.2.

### 3.2.2.1 Norte América

“Consistente con todos nuestros reportes recientes, la mayoría del crecimiento en el uso total proviene del tráfico [...] [de Entretenimiento en tiempo real]. [...] [Por lo tanto] es responsable por el 68% de descargas de bytes en el periodo pico [...].” Netflix continua siendo el líder incuestionable del tráfico, obteniendo un 32.3% del tráfico de descarga en las horas pico.<sup>272</sup> Seguido de la actividad P2P (tanto descarga como subida de información) de diferentes tipos de archivos. “En nuestro último reporte predijimos que para 2015, BitTorrent tendría menos del 10% de todo el tráfico en las redes de acceso fijo en Norte América, pero parece que ese [...] [porcentaje] será rebasado antes. BitTorrent ahora tiene solo el 9.2% de tráfico en horas pico y el 11.1% el total del tráfico diario. Esto demuestra un marcado declive en la compartición de archivos; hace solo 18 meses, BitTorrent tenía 18.9% del tráfico total en Norte América.”<sup>273</sup> A pesar de este acotamiento hacia una sola red P2P como lo es BitTorrent, en su grafico de la composición total del tráfico en horas pico, la transferencia de archivos tiene un 39.6% en *upstream*<sup>274</sup>, y un 6.4% en *downstream*<sup>275</sup>.

### 3.2.2.2 Europa

“Un aspecto que todos los países examinados en Europa tienen en común es una sed por la transmisión de audio y video, que hace una vez más [...] [la categoría de Entretenimiento en tiempo real] responsable por el 40.4% del pico de descarga en el tráfico. Dependiendo en el país específico este porcentaje está entre los 35% y 50%. Basados en nuestras observaciones en este reporte y anteriores, países con acceso a Netflix o BBC iPlayer típicamente tuvieron un mayor porcentaje en tráfico de red en [...] [Entretenimiento en tiempo real].”<sup>276</sup>

---

<sup>272</sup> S/a, “Global Internet Phenomena Report 1H 2013”, *Sandvine Intelligent Broadband Network...op. cit.*, p.5

<sup>273</sup> *Ibidem*, p.6.

<sup>274</sup> Hace referencia al porcentaje de tráfico que sube archivos a las redes P2P.

<sup>275</sup> Hace referencia al porcentaje del tráfico que descarga archivos de las redes P2P.

<sup>276</sup> S/a, “Global Internet Phenomena Report 1H 2013”...*op. cit.*, p.12.

“Como lo señala el último reporte, los países europeos con un menor porcentaje en [...] [entretenimiento en tiempo real] típicamente tienen un mayor tráfico en [...] [redes P2P], que nos ha llevado a creer que los suscriptores están utilizando aplicaciones como BitTorrent para usar contenido de audio y video que no está disponible en su región.”<sup>277</sup> El reporte señala una tendencia próxima del público europeo hacia la preferencia de la utilización de servicios pagados de contenidos en lugar de compartir los archivos. Las estadísticas muestran un 51.4% de la transferencia de archivos en *upstream*, y un 14.9% en *downstream*.

### 3.2.2.3 Asia-Pacífico

Una característica única de la región es “[...] la popularidad de las aplicaciones *peercasting*, en especial *PPStream* y *QVoD*. Estas aplicaciones permiten a los usuarios transmitir eventos en vivo mientras ayudan simultáneamente a distribuir la transmisión con otros usuarios, por lo que ocupan una gran parte del tráfico en Internet. Adicionalmente, [...] [esta región] observa que BitTorrent es la aplicación más importante en los periodos pico del tráfico. En algunas de las otras regiones, las aplicaciones de Transmisión de archivos han disminuido en reportes recientes [...] Estas continúan teniendo una gran presencia en el tráfico de Internet. Lideradas por *BitTorrent* y *Thunder*, con un 21.66% y 3.98% del tráfico total durante las horas pico.”<sup>278</sup> En la estadística global del acceso fijo, esta región tiene en segundo lugar a la Transferencia de Archivos, con un 45.8% en *upstream*, y un 19.9% en *downstream*.

### 3.2.2.4 Latinoamérica

“Uno de los descubrimientos hechos es que el uso mensual de acceso fijo a internet en Latinoamérica es significativamente más bajo que en el resto de las regiones. Esto significa que el uso mensual es de 10 GB, y en promedio es de 4.7GB. Al comparar estos datos con los de Norte América, que lidera el consumo a

---

<sup>277</sup> S/a, “Global Internet Phenomena Report 1H 2013”, *Sandvine Intelligent Broadband Network...op. cit.*, p.12.

<sup>278</sup> *Ibidem*, p.23.



nivel global, los usuarios de Latinoamérica utilizan menos de un cuarto del acceso fijo que los usuarios de Norte América. A pesar de esto, los hábitos de consumo de la región son similares a las del resto. En franco aumento, el *Entretenimiento en tiempo Real* lidera el tráfico; promediando casi la mitad de descargas de bytes en las horas pico [...]. Si observamos las aplicaciones más utilizadas, *YouTube* tiene un 35.61% del tráfico en horas pico. [...] [En cambio, *Netflix*] que en 2012 tenía apenas un 0.8%, en doce meses ha doblado, [llegando a 1.94%].<sup>279</sup> Sin embargo, las actividades de Transferencia de archivos mantienen un tercer lugar proporcional en los de acceso fijo en horas pico de la región, al tener un 36.8% en *upstream* y un 11.2% en *downstream*.

Este breve análisis de los datos disponibles en cuanto a las actividades que realizan los usuarios de Internet a nivel internacional, nos permite dibujar un panorama muy actual del estado del proceso del impacto de la digitalización de muchas expresiones artísticas, y en especial de la música. En términos generales, la presencia de las redes P2P es ya un fenómeno no solo indiscutible, sino irreversible. A pesar de esto, no son las únicas, ya que el aumento de canales donde la intermediación es piedra angular, va en aumento. El *streaming digital* de audio y video, de la mano de las licencias de transmisión, han probado ser una estrategia efectiva de adaptación, pero no han logrado convertirse en una fuerza de distribución dominante.

Con el panorama estadístico del estado actual de la música como rubro de las industrias de propiedad intelectual y la composición del tráfico en Internet completo, surgen dudas muy puntuales: ¿cómo es que ese papel económico preponderante de la propiedad intelectual afecta la circulación de la música? ¿Qué fenómeno cultural genera Internet a nivel global? ¿Cuáles son las consecuencias políticas del papel de los intermediarios? ¿Existen nuevas formas de organizar y concebir a la música? Parece que las respuestas se perfilan por la dimensión cultural, el surgimiento de prácticas postpolíticas y nuevas redes.

---

<sup>279</sup> S/a, "Global Internet Phenomena Report 1H 2013", *Sandvine Intelligent Broadband Network...op. cit.*, p.31.

### 3.3 La dimensión cultural de Internet

Para comprobar el impacto en el proceso de reproducción cultural que tiene Internet, es necesario entender que “[...] una vez que existe como tecnología potente insertada a la práctica social, tiene efectos muy importantes, por un lado, sobre la innovación —y, por tanto, la creación de riqueza y el nivel económico; y por otro lado, sobre el desarrollo de nuevas formas culturales, tanto en el sentido amplio, es decir, formas de ser mentalmente de la sociedad, como en el sentido más estricto, creación cultural y artística.”<sup>280</sup>

Lo que Internet promueve es una “[...] interacción y participación expresada tecnológicamente, crea una plataforma tecnológica que permite ampliar extraordinariamente el intercambio artístico y cultural; permite la creación de una plataforma de cultura en la sociedad y la expresión de la sociedad civil, y una ruptura de los marcos institucionales de definición de la cultura y el arte oficiales. Hoy en día, existe una extraordinaria afloración de expresiones culturales y artísticas a escala global, pero también local, ligadas a Internet.” Logra, a final de cuentas, romper con el “[...] acotamiento del espacio cultural y de expresión artística en centros oficiales, [...] [explota] en un mundo de creatividad a partir del cual unos se aprovechan para su placer, otros se aprovechan comercialmente y otros, simplemente, ni se enteran. Pero se ha ampliado enormemente el espacio público de creación cultural y artística.”<sup>281</sup>

El paradigma que surge ante este fenómeno es el de “[...] una sociedad con capacidad autónoma de creación cultural, de que los sistemas de controles burocráticos que existían se están disolviendo en gran medida, de que la plataforma tecnológica existe para que la autonomía cultural y social tenga capacidad de maniobra, es una idea que se organizó tecnológicamente, pero que

---

<sup>280</sup> Manuel Castells, “La dimensión cultural de Internet”, [en línea], Ponencia impartida en el ciclo de debates culturales “Cultura XXI: ¿nueva economía?, ¿nueva sociedad?”, organizado por la UOC y el Institut de Cultura del Ayuntamiento de Barcelona, julio, 2002, Dirección URL: <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html>, [consulta: 7 de diciembre de 2013], s/p.

<sup>281</sup> Manuel Castells, *idem*

nace de una [...] interacción histórica, [que promovió la creación de] [...] esa plataforma de innovación, Internet, y que representan los intentos de innovación en la economía, de autodeterminación cultural y, en cierto modo, de reconcretización en lo político.<sup>282</sup>

El surgimiento de una nueva tecnología altera siempre la estructura de los mercados y los circuitos de distribución consolidados, especialmente aquellos cuyos intereses están protegidos por los derechos de propiedad. A pesar de esto, los intereses económicos siempre encuentran una especie de equilibrio, basada en la absorción de la misma. (Lawrence Lessig). “[La lucha que persiste es] entre una visión fundamentalista del derecho de propiedad intelectual y la creatividad tecnológica y cultural en la red. Esto no quiere decir que la propiedad intelectual deje de tener sentido. [...] Pero el libre acceso a los contenidos en internet y su uso e intercambio para disfrute propio es algo muy distinto. Algo que al ser practicado por decenas de millones de personas, es irreversible y obliga a discutir seriamente la redefinición del derecho de propiedad en el nuevo contexto tecnológico.”<sup>283</sup>

Esta redefinición podría apoyarse en la existencia de “[...] fórmulas, jurídicas y empresariales, para hacer que el acceso por internet se compagine con el pago de los derechos de autor y con la compensación razonable de las empresas multimedia que invierten en la publicación de contenidos. Pero esta adaptación necesaria al nuevo entorno tecnológico no podrá avanzar mientras esté bloqueada por el atrincheramiento de los fundamentalistas de la propiedad intelectual, que intentan beneficiarse hasta el último segundo de su control sobre la creación basada en una legislación heredada de un viejo contexto tecnológico.”<sup>284</sup> El derecho de propiedad no está realmente en peligro, como no lo están las empresas capaces de adaptarse al mundo actual. Pero sí están amenazados la

---

<sup>282</sup> Manuel Castells, *op. cit.*, s/p.

<sup>283</sup> Manuel Castells, Manuel Castells, "Música, Internet y propiedad"[en línea], España, *La Vanguardia*, 5 de septiembre de 2004, consultado en *Rebelión*, Dirección URL: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=4214>, [consulta: 25 de noviembre de 2013], s/p

<sup>284</sup> *Ídem*.

innovación tecnológica, la libertad de creación y el acceso al dominio público de contenidos. Así pueden frustrarse las promesas más ilusionantes de la era de la información.<sup>285</sup>

En el terreno de la producción de lenguajes artísticos, es evidente que una gran cantidad de “[...] artistas y músicos en todos los puntos del espectro, han adoptado el Internet como una herramienta para mejorar la forma en que hacen, mercantilizan y venden su trabajo creativo. Utilizan el Internet como fuente de inspiración, construir comunidad [...], y para emprender nuevas actividades comerciales. La mayoría, no considera la transmisión en línea de archivos como una amenaza a las industrias creativas, [...] tienden a decir que les ha permitido hacer más dinero por su arte.”<sup>286</sup> Sobrepasando el papel artístico, Internet también ha permitido a la sociedad civil y diversos movimientos sociales construir sus redes y comunicarse. La privacidad, la libertad, la autonomía y la anonimidad han sido erosionadas paulatinamente por la vulnerabilidad de la soberanía del Estado y el reclamo de propiedad de las empresas.

### **3.4 La Música en Internet como un asunto de Postpolítica Internacional**

Al utilizar el concepto de “postpolítica” -proveniente de los trabajos de filósofos como Jacques Rancière, Slavoj Žižek y Alan Badiou- se intenta describir un fenómeno internacional, que abarca amplios aspectos de organización social e institucional contemporánea. En este caso, la música ha dejado de ser, como muchos otros temas, un verdadero asunto de *política internacional* -que podría involucrar a todos los intereses en pugna-, convirtiéndose en un asunto de *postpolítica internacional*, donde el objetivo es eliminar toda posibilidad de contradicción y conflicto, eliminando la legitimidad de algunas voces.

---

<sup>285</sup> Manuel Castells, "Música, Internet y propiedad" [en línea], España, *La Vanguardia*, 5 de septiembre de 2004, consultado en *Rebelión*, Dirección URL: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=4214>, [consulta: 2 de enero de 2014].

<sup>286</sup> Madden, Mary, "Artists, Musicians and the Internet", [en línea], EE. UU., *Pew Internet & American Life Project*, 2004, Dirección URL: [http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2004/PIP\\_Artists.Musicians\\_Report.pdf.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2004/PIP_Artists.Musicians_Report.pdf.pdf), [consulta: 15 de enero de 2014], p.2.

### 3.4.1 La política

Es esencial definir a la política, que no es otra cosa que “[...] lo contrario [al arte de lo posible]: [...] es el *arte de lo imposible*, cambia los parámetros de lo que se considera ‘posible’ en la constelación existente.”<sup>287</sup> Es “[...] ese momento en el que una reivindicación específica no es simplemente un elemento en la negociación de intereses sino que apunta a algo más y empieza a funcionar como condensación metafórica de la completa reestructuración del espacio social.”<sup>288</sup> Un acto político es más que “[...] la ‘gestión de las cuestiones sociales dentro del marco de las actuales relaciones sociopolíticas’: el *verdadero* acto político (la intervención) no es simplemente cualquier cosa que funcione en el contexto de las relaciones existentes, sino precisamente *aquello que modifica el contexto que determina el funcionamiento de las cosas*.”<sup>289</sup> Es por lo tanto pertinente ubicar el surgimiento de nuevas formas culturales en torno a la presencia digital de la música como un acto que ha modificado el funcionamiento de las relaciones culturales y económicas del siglo XX.

### 3.4.2 La postpolítica

Hablar de postpolítica, es hablar de una “[...] nueva forma de negación de lo político: [...] que no ya sólo ‘reprime’ lo político, intentando contenerlo y pacificar la ‘reemergencia de lo reprimido’, sino que, con mayor eficacia, lo ‘excluye’, [...]. En la *postpolítica* el conflicto entre las visiones ideológicas globales, encarnadas por los distintos partidos [y empresas] que compiten por el poder, queda sustituido por la colaboración entre los tecnócratas ilustrados (economistas, expertos en opinión pública...) y los liberales multiculturalistas: mediante la negociación de los intereses se alcanza un acuerdo que adquiere la forma del consenso más o menos universal. De esta manera, la *postpolítica* subraya la necesidad de

---

<sup>287</sup> Slavoj Žižek, *En defensa de la Intolerancia*, Traducción de Javier Eraso Ceballos y Antonio Antón Fernández, Editorial Sol 90, España, 2010, p. 35.

<sup>288</sup> Slavoj Žižek, *op. cit.*, p 51.

<sup>289</sup> Slavoj Žižek, *ibídem*, p. 34.

abandonar las viejas divisiones ideológicas y de resolver las nuevas problemáticas provistos de la necesaria competencia del experto y deliberando libremente en función de las necesidades y exigencias puntuales de la gente.”<sup>290</sup> En el caso de la música, la industria busca mantener este papel de intermediación en la era digital, al invocar la competencia a través de la experiencia y la propiedad, así como la libertad para deliberar sobre gustos, necesidades y exigencias de los mercados a nivel global.

“Lo que la postpolítica trata de impedir es [...] [la] universalización metafórica de las reivindicaciones particulares. La postpolítica moviliza todo el aparato de expertos, trabajadores sociales, etc., para asegurarse que la puntual reivindicación (la queja) de un determinado grupo se quede en eso: una reivindicación puntual.”<sup>291</sup> La industria no solo busca minimizar el impacto de las quejas de aquellos que pugnan por modelos alternativos de creación y distribución, sino que intenta desacreditar su postura mediante el discurso legal, llegando así a un contexto en el que la legitimidad del negocio no puede residir en otra figura más que en la suya.

### 3.4.3. *La lucha política en la crisis cultural contemporánea*

En este contexto, la verdadera lucha política<sup>292</sup> “[...] no consiste en una discusión racional entre intereses múltiples, sino que es la lucha paralela por conseguir hacer oír la propia voz y que sea reconocida como la voz de un interlocutor legítimo.”<sup>293</sup> Surge así entre los diversos intereses en torno a la música una lucha por la hegemonía ideológico-política, que es “[...] siempre una lucha por la apropiación de aquellos conceptos que son vividos ‘espontáneamente’ como ‘apolíticos’, porque trascienden los conflictos de la política.”<sup>294</sup> La lucha “[...] se concentra ahora en el contenido particular capaz de imprimir un cambio a [...]

---

<sup>290</sup> Slavoj Žižek, *op. cit.*, p.33.

<sup>291</sup> Slavoj Žižek, *ibidem*, p. 43.

<sup>292</sup> Como explica Rancière contrastando a Habermas.

<sup>293</sup> Slavoj Žižek, *ibidem*, pp. 26-27.

<sup>294</sup> Slavoj Žižek, *ibidem.*, p.15.

[algún] significante.”<sup>295</sup> “La lucha no se limita a imponer determinados significados sino que busca apropiarse de la universalidad de la noción, [...] a la hora de entender la experiencia cotidiana, es decir, el significado que permita a los individuos traducir de manera eficaz sus propias experiencias de vida en un discurso coherente.”<sup>296</sup>

Ante esta pugna por el significado y la legitimidad, surgen diversos tipos de subversiones, que según Jacques Rancière, no sólo suelen darse, sino que constituye el núcleo mismo de la política, del acontecimiento verdaderamente político.<sup>297</sup> “El conflicto político [...] designa la tensión entre el cuerpo social estructurado, en el que cada parte tiene su sitio, y la ‘parte sin parte’, que desajusta ese orden en nombre de un vacío principio de universalidad, [...], el principio de que todos los hombres son iguales en cuanto seres dotados de palabra. La verdadera política, por tanto, trae siempre consigo una suerte de cortocircuito entre el universal y el particular: la paradoja de un *singulier universel*, de un singular que aparece ocupando el universal y desestabilizando el orden operativo ‘natural’ de las relaciones en el cuerpo social.”<sup>298</sup> “Estas repentinas intrusiones de la verdadera política comprometen aquello que Rancière llama el orden *policial*, el orden social preconstituido en el que cada parte tiene un sitio asignado.”<sup>299</sup> Así, “[...] lo que se celebra como ‘política posmoderna’ (tratar reivindicaciones específicas resolviéndolas negociadamente en el contexto ‘racional’ del orden global que asigna a cada parte el lugar que le corresponde) no es, en definitiva, sino la muerte de la verdadera política.”<sup>300</sup>

Para comprender este fenómeno en solo una de sus vertientes, con la música, actualmente “[...] vivimos una serie de tendencias en las que la producción y la reproducción de las relaciones sociales (en los sectores más avanzados, que son

---

<sup>295</sup> Slavoj Žižek, *op. cit.*, p.17.

<sup>296</sup> Slavoj Žižek, *ibidem*, pp. 17-18.

<sup>297</sup> Slavoj Žižek, *ibidem*, p. 25.

<sup>298</sup> Slavoj Žižek, *ibidem*, p.26.

<sup>299</sup> Slavoj Žižek, *ibidem*, p. 27.

<sup>300</sup> Slavoj Žižek, *ibidem*, pp. 51-52.

los que gobiernan el conjunto de la sociedad) se *apropian del método de las prácticas estéticas*: producción de 'singularidades' y de nuevas formas de singularidad, construcción del acontecimiento y apertura a la procesualidad del acto creativo, relación de implicación y de participación del público."<sup>301</sup> En las prácticas artísticas en nuestros días la función constitutiva no consiste en *contar historias*, sino en crear dispositivos en los que *la historia pueda hacerse*.<sup>302</sup>

Y es así que "[...] una nueva creatividad y un nuevo tipo de artista están llamado a desentrañar, a partir de este universo de la tecnología moderna, un nuevo sentido espiritual y poético. Algo enteramente nuevo que no es ni la estética de la máquina ni la concepción de la cultura como simulacro tecnológico. [...] Ello supondría reinventar el sentido utópico que un día tuvieron las vanguardias artísticas. Y significaría también el descubrimiento de un sentido para una cultura que hoy sabe de su ausencia de una dimensión interior."<sup>303</sup> El filósofo y sociólogo italiano Antonio Negri reflexiona la condición moderna del lenguaje artístico, su pensamiento desmenuza la condición cultural del capitalismo, indicándolo como la omnipotencia del mercado y su relación con la posibilidad de la multitud de acceder no solo a su consumo, sino a su creación, una autonomía para recuperar la voz, para poder revalorizar:

"El arte es el antimercado en tanto que pone la multitud de las singularidades contra la unicidad reducida a precio. La crítica revolucionaria de la economía política del mercado construye un terreno de disfrutabilidad del arte para la multitud de las singularidades. [...] Estoy convencido de que puede impedirse la humillación cotidiana de la reducción del acto artístico (de creación o de disfrute) a mercado. Por esta razón no acepto que la forma del ser pueda correr hacia el vacío. En un lenguaje más explícito, esto podría significar eternidad del mercado."<sup>304</sup> [Una de las formas de lograrlo es a través del arte como] "[...] uno de los productos del trabajo colectivo. Vivir este ser es un gran drama que interpretamos cada día de diferente manera.

---

<sup>301</sup> Toni Negri, *Arte y multitud. Ocho cartas*, Traducción de Raúl Sánchez, Ed. Minima Trotta, España, 2000, p. 13.

<sup>302</sup> Félix Guattari en Toni Negri, *op. cit.*, p. 13.

<sup>303</sup> Eduardo Subirats, "El futuro de la cultura tecnológica" [en línea], España, *El País*, 23 de abril, 1987, Dirección URL: [http://elpais.com/diario/1987/04/23/cultura/546127205\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1987/04/23/cultura/546127205_850215.html), [consulta: 12 de diciembre de 2013], s/p.

<sup>304</sup> Toni Negri, *op. cit.*, p. 22.



Volver a tomar la palabra significa hablar colectivamente, esto es, expresar el valor que colectivamente hemos producido y que colectivamente hemos reconquistado, arrebatándoselo al mercado. [...] El espectáculo del mundo es su continua reproducción. Aquí, cuando estamos dentro de este movimiento, la dimensión colectiva y la productiva son una sola cosa. Logramos ponernos al nivel del valor cuando producimos, esto es, cuando nuestra tensión productiva se realiza a través de la colectividad (de otro modo no se realizaría). Producir: ésta es la forma eminente de tomar la palabra. No hay producción sin colectividad. No hay palabra sin lenguaje. No hay arte sin producción y lenguaje. El arte es ante todo esta síntesis. La construcción de un nuevo lenguaje que, antes, alude a un nuevo ser; luego, cuando el arte estalla y se ha realizado la síntesis del lenguaje con lo nuevo, un nuevo elemento de vida y de conocimiento, otra dimensión de la ética se ha hecho real. [...] El arte es la primera configuración, y la más plena y bella, como es evidente, de este formidable movimiento. Así pues, desde la deconstrucción nuestro trabajo se desarrolla consecuentemente hacia un proceso colectivo de autovalorización, de construcción de circuitos de valor y de significación totalmente autónomos, completamente libres del mercado, definitivamente conscientes de la independencia del deseo.”<sup>305</sup>

En esta trama, pareciera que es en la esfera de lo simbólico, la comunicación, “[...] la producción del imaginario, y la formación de los panoramas psíquicos, donde se [...] [dibuja] una posibilidad de recuperación de una perspectiva civil, política y cultural que permita superar la [...] [crisis actual].”<sup>306</sup> La crisis “[...] revela una profunda transformación de las industrias culturales y de la relación de éstas con sus públicos: éstos cada vez acceden a más música pero sin pagar por ella. Lo que está en crisis, por tanto, no es sólo un modelo de negocio, sino también un modelo de consumo y, por ende, un modelo de relaciones culturales.”<sup>307</sup> La alteración está “[...] en la relación entre los productores y las audiencias en una búsqueda profunda de sentido de vida y una necesidad de reencantamiento del mundo mediada por el gran aparataje de la industria masiva y la tecnología. [Nuevas figuras de lo político] [...] emergen en los modos como se movilizan los procesos de identificación al ritmo de las grandes transnacionales.”<sup>308</sup>

---

<sup>305</sup> Toni Negri, *op. cit.*, p. 26.

<sup>306</sup> Franco Berardi, *Generación Post-Alfa. Patologías e imaginarios en el semicapitalismo...op. cit.*, p. 54.

<sup>307</sup> Héctor Fouce, “Tecnología y medios de comunicación en la música digital. De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha”, *Comunicar*, España, No. 34, v. XVII, 2010, pp. 65-72.

<sup>308</sup> Jesús Martín-Barbero, *et. al, Cultura y globalización*, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, Centro de Estudios Sociales, 1999, pp. 22-23.

Uno de los conflictos más evidentes en términos de la noción institucional ante el entorno digital es el de la figura política del Estado y la del libre mercado. Esto se debe a que “[...] la música es sin duda uno de los campos que mejor ejemplifica las tensiones entre formas de hacer e instituciones modernas, siendo el mercado y el Estado las dos instituciones más representativas de la sociedad de la información. Las formas de consumo musical imperantes, basadas sobre todo en la gratuidad de las redes P2P, aparecen como desafíos frente a la industria, incapaz de encontrar un modelo de negocio que permita rentabilizar económicamente el tráfico de esas redes, y también para el Estado, que siente que su poder se difumina en Internet y que la necesidad de garantizar [...] [el] libre mercado choca con su obligación de defender los derechos fundamentales como la privacidad de las comunicaciones.”<sup>309</sup>

### **3.5 Una nueva economía política de la Música**

Siguiendo la ruta crítica de la interpretación del papel cultural de la música como lenguaje, y ante la posibilidad de ordenarla epistemológicamente a través de un análisis histórico y económico, es necesario describir el proceso cultural que alteró a la música desde la última década del siglo XX -con el advenimiento de la tecnología digital y el Internet-, y continua haciéndolo a través de casi década y media del siglo XXI.

Ante un cambio tan drástico y de profunda comprensión, surgen todo tipo de dudas: ¿Cómo es que un fenómeno, tan común hoy en día, como la vertiginosa revolución tecnológica, alteró de manera tan significativa la posibilidad del capitalismo cultural para funcionar bajo unos parámetros normales de propiedad y acumulación? ¿Qué fundamentos económicos se han visto rebasados junto con el advenimiento digital? ¿Qué horizontes de producción y consumo de lenguajes se ensayan, consolidan o limitan?

---

<sup>309</sup> Héctor Fouce, *op. cit.*, p.66.

### 3.5.1 Repensar la Música

Concordar con Attali en el análisis del surgimiento de esta nueva red implica comprender que “[...] es imposible mirar a la música, o cualquier otra expresión humana, si se la saca de su contexto global. [Sobre todo en el sentido económico, ya que] [...] la música es información pura. En economía, la información es el demonio -es imposible de manejar.”<sup>310</sup>

Como lo señala el mismo Attali, la principal razón es que buena parte de la teoría económica moderna se fundamenta en la escasez de los recursos, por lo que dicho concepto no funciona con la música, no funciona con la información en general. Lo que sucede con la información, es que si ésta es compartida, es posible conservarla también, creando inevitablemente lo contrario, *abundancia*. “Y esto significa que la teoría económica no funciona con la información, cuando la información puede separarse de su soporte material -un CD o cualquiera sea el caso. Cuando poseo algo que es escaso, su valor está unido al hecho de que es escaso, y de que me pertenece y a nadie más. En una economía de la información, algo tiene mayor valor cuando mucha gente lo posee. [...] En la teoría de la información, el valor de algo aumenta con el número de gente que lo comparte. Por eso es que debemos ser muy cautelosos, cuando hablamos de música, de no tener en mente las leyes económicas.”<sup>311</sup>

Precisamente en ese sentido es que el mercado apuesta por apropiación de la creatividad artística y sus medios: “La abstracción ha aplastado a la invención, aun su sola posibilidad, hasta niveles cero. Es cierto que continuaban ocurriendo acontecimientos singulares, pero no eran describibles, y menos posible aun poseerlos. Si la naturaleza iba hacia la abstracción y el lenguaje se volvía circular, si el valor de uso era anulado en su transcendental consistencia y el valor de

---

<sup>310</sup> Jacques Attali, Conferencia sobre *Bruits : essai sur l'économie politique de la musique (1977)*, [en línea], dictada en el ICA, Londres, mayo de 2001, Dirección URL: <http://www.eumed.net/cursecon/textos/2005/attali-ruídos.htm> [consulta: 05 de enero 2014], s/p.

<sup>311</sup> *Ídem*.

cambio se dilataba tanto que resultaba inaferrable, entonces el mercado se convertía en la única escena exclusiva de la vida.”<sup>312</sup> El proceso es complejo pero incisivo, ya que el mercado y su poder “[...] han absorbido toda potencia para evacuar la posibilidad de que devenga singularidad, de que tenga valor para alguien o algo. De que produzca. La creatividad es suprimida. La impotencia es la materia del hablar, del comunicar, del hacer. No la nada sino la impotencia. La gran máquina circulatoria del mercado produce la nada de la subjetividad. El mercado destruye la creatividad. La potencia es suprimida. [...]”<sup>313</sup>

Retomando dicho análisis en torno al papel en los mecanismos culturales del arte como lenguaje simbólico, estos “[...] muestran su universalidad como disfrutabilidad por parte de una multitud de individuos y de experiencias singulares. El mercado y la propiedad privada distorsionan esta esencia del arte. Reapropiarse privadamente del arte, hacer de la obra de arte un precio, es destruir el arte.” Ante esto, surge todo un proceso de liberación, ante el cual “[...] el capital reacciona e invierte en los valores artísticos, intentando reorganizarlos en el mercado. Si se escapan en la producción, deben ser sometidos en la distribución. En su ansia de organizarlo y dominarlo todo, de no dejar escaparse nunca ni siquiera el principio de una producción alternativa, [...] intenta además hacer del arte una fuerza productiva propia [...]. En realidad el arte nos remonta directamente, en esta articulación, al acto creativo que constituye el trabajo en su esencia originaria, y es muy difícil contenerlo en las jaulas técnicas de su reproducción industrial. Tanto éste como aquél rompen toda prisión, se manifiestan como fuerza actual.”<sup>314</sup>

### 3.5.2 *La nueva red musical*

Sin embargo, Attali no habla de un proceso lineal en la sucesión de las redes o en el cambio de la percepción de la música como un bien material, y lo refiere de

---

<sup>312</sup> Toni Negri, *op. cit.*, p.16.

<sup>313</sup> Toni Negri, *idem*.

<sup>314</sup> Toni Negri, *ibidem*, p. 31.

hecho como la entrada a “[...] una cuarta era, la cual no reemplazará a la repetición, así como la repetición no reemplazó a la representación y la representación al ritual. Por ejemplo, aún asistimos a conciertos que surgieron durante el período representacional.”<sup>315</sup> Un punto esencial en la argumentación de la proliferación de dicha red, es lograr hacer la distinción puntual entre las formas de las copias y distribuciones de la información: “Si copio algo para mi uso personal, no es ilegal. Segundo, si copio algo para regalar a otra persona, tampoco es ilegal, y este derecho se mantiene para cualquier número de formatos como CD’s, cassettes o DVD. El tercer tipo de copia, a saber, la duplicación masiva para venta o lucro es claramente ilegal.”<sup>316</sup>

Attali hace un ejercicio de prospectiva, al denominar a una de las posibilidades que vislumbra como "escenario mango de sartén", “[...] donde la gente intercambia música por el simple placer de dar. [...] Hay dos direcciones en las que este escenario se puede desarrollar. Primeramente, la repetición prueba ser suficiente para dominar la música; podemos atestiguar [...] [la consolidación] de lo que se ha llamado ‘capitalismo cultural’. Y el segundo en donde [...] la repetición no será suficiente para domar la música en el futuro, un cuarto estadio en la evolución de la música puede surgir, [...] ‘composición’. El futuro es ya no escuchar música, sino tocarla. Esto es significativo no sólo porque se hace por fuera de la economía, para regocijo personal, sino porque la misma persona que escucha a la pieza es quien la hace.”<sup>317</sup>

“Por supuesto, la economía de mercado intentará distorsionar la composición, reorganizarla en su propia imagen. [...] Cuando menos, el placer real de la composición puede existir fuera de la economía de mercado, sólo por diversión, donde la violencia puede ser recanalizada a través de la creación.”<sup>318</sup>

---

<sup>315</sup> Jacques Attali, Conferencia sobre *Bruits : essai sur l'économie politique de la musique (1977)...op. cit., s/p.*

<sup>316</sup> *Ídem.*

<sup>317</sup> *Ídem.*

<sup>318</sup> *Ídem.*

En el escenario planteado por Attali, “[...] la función de las multinacionales con fines lucrativos y sin raíces en las comunidades locales, desaparecerá para ser rápidamente sustituida por los nuevos modelos de entidades que combinan el beneficio con la producción de bienes sociales y públicos. La inversión socialmente consciente, los fondos de riqueza soberana, las micro finanzas, el espíritu social emprendedor, el comercio justo y la aparición de entidades benéficas apuntan a este nuevo futuro institucional de empresa. Para el estado, esto implica la conversión de los modelos de estado de bienestar o neoliberales al modelo de estado de socios, que habilita y potencia la producción social.”<sup>319</sup>

“En el largo plazo, el nuevo paradigma cultural (la música como servicio) reemplazará el antiguo (la música como producto), y, como resultado, los protagonistas del antiguo paradigma desaparecerán.”<sup>320</sup> Una vez dentro del intercambio comercial, la música “[...] ha participado en el crecimiento y la creación del capital y el espectáculo; fetichizada como mercancía, la música se ha convertido en ejemplo de la evolución de toda nuestra sociedad: desritualizar una forma social, reprimir una actividad del cuerpo, especializar su ejercicio, venderla como espectáculo, generalizar su consumo y luego organizar su almacenamiento hasta hacerle perder su sentido.”<sup>321</sup> Todo este contexto busca de alguna manera superar a través de la diversificación la condición de la música, donde el “[...] extremo al que ha llegado la regulación de copyright hace difícil, y a veces imposible, para que una gran parte de la creatividad en una sociedad libre exista, legalmente.”<sup>322</sup>

El papel de la industria musical sigue siendo clave, ya que se encuentra en “[...] relación dialógica con las nuevas formas de apropiación y consumo. Por tanto, el desafío no es sólo analizar los cambios sufridos en el modelo productivo de la industria musical y anticipar hasta qué punto estos cambios permearán a todas las

---

<sup>319</sup> Michel Bauwens, “Hacia la estación de Finlandia, una revisión del siglo XXI”, España, *Inclusiva-net: #4. Redes y procesos P2P. Cuarto Encuentro Inclusiva-net*, 6 al 10 de julio de 2009, Medialab Prado, 2009, p. 10.

<sup>320</sup> Peter Tschmuck, *op. cit.*, p.139.

<sup>321</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.13.

<sup>322</sup> Lawrence Lessig, *op. cit.*, p. 18.

demás industrias culturales. Se hace necesario, además, ver cómo las prácticas – y los discursos que generan– de los públicos de música son origen o consecuencia de las transformaciones de la industria.”<sup>323</sup>

Dicho proceso contradictorio necesita “[...] ir más allá del fetichismo tecnológico: es cierto que lo digital ha cambiado, por ejemplo, las formas de acceder a la música en detrimento de los viejos soportes –LP y CD–, pero al tiempo ha alimentado una reorganización de la industria que revaloriza aquello no digitalizable (la experiencia del directo) y que sitúa en el corazón del negocio la máxima desmaterialización del producto musical (la gestión de sus derechos de uso a través de las regulaciones de la propiedad intelectual).”<sup>324</sup> Algo esencial que surge en un momento de reconfiguración como éste, es el otorgamiento al consumidor de música de una voz, ya que, “[...] paradójicamente, son tratados a menudo como meros sujetos pasivos, no como actores sociales que toman iniciativas, hacen elecciones, solidifican prácticas culturales y formas de hacer e intercambian discursos que legitiman o atacan las posiciones de la industria, los músicos o los poderes públicos.”<sup>325</sup>

El investigador español Héctor Fouce pone el dedo en la llaga, al explicar el surgimiento de esta red, y señala que generalmente los estudios de comunicación se han centrado más en los medios que en las mediaciones. En “[...] estos momentos de incertidumbre y cambio, es más importante observar cómo se transforman las formas de hacer de los públicos que los cambios de la tecnología; por mucho que los aparatos cambien, lo importante es observar cómo su uso modifica el contexto cultural y social y genera la necesidad de nuevas tecnologías.”<sup>326</sup> Uno de los factores definitivos para que cualquiera de las dos tendencias tome más relevancia que la otra, será el de la modificación de la sensibilidad en el contexto cultural y social más ampliamente.

---

<sup>323</sup> Héctor Fouce, “Tecnología y medios de comunicación en la música digital. De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha”, *op. cit.*, p. 66.

<sup>324</sup> Héctor Fouce, *op. cit.*, p.67.

<sup>325</sup> Héctor Fouce, *op. cit.*, p. 66.

<sup>326</sup> Héctor Fouce, *op. cit.* p. 66-67.

# Finale - Conclusiones

*“Entonces, de los altos poderes, le cayó la música en el corazón cambiado.”*

Rainer Maria Rilke

Después de la travesía teórico-metodológica, se vuelven muy presentes las palabras de Herbert Marcuse en su estudio sobre la estética: “En una situación donde la miserable realidad sólo puede transformarse mediante la praxis política radical, interesarse por la estética exige justificación.”<sup>327</sup> Dicha justificación reside en ser capaces de comprender la relevancia y papel sociopolítico del arte, para entonces sí poder enfocarse críticamente en su estudio contemporáneo. Reside también en comprender que el fin último de este es la irrupción de una razón y sensibilidad diferentes, en un desafío abierto a la racionalidad y sensibilidad de instituciones sociales dominantes.<sup>328</sup>

En cuanto a la contratación de nuestra hipótesis central, un breve retorno histórico a la industria cultural y una recapitulación teórica en torno a la faceta cultural del capitalismo, nos permitió comprobar que efectivamente la lógica mercantil de la expansión del capitalismo logró la expropiación parcial de acceso y expansión de los diversos universos simbólicos durante el siglo XX, controlando su producción y consumo, alterando en última instancia la autonomía del proceso cultural.

Como efectivamente uno de los lenguajes más redituables en la lógica mercantil de la cultura ha sido el arte, la música, al ser un lenguaje artístico, entró de lleno en el proceso de la mercantilización, configurándose como un bien de la industria cultural.

---

<sup>327</sup> Herbert Marcuse, *op. cit.*, p.57.

<sup>328</sup> Herbert Marcuse, *ibídem*, p.61.



En cuanto a nuestro segundo momento hipotético, Internet no nace como una lógica contraria a la mercantil, pero paulatinamente genera un espacio de resistencia frente al monopolio del acceso a los lenguajes musicales. Su papel coadyuva a la recuperación de la trascendencia del lenguaje musical dentro de los universos simbólicos culturales, gracias al proceso de ruptura del monopolio del acceso a la producción y consumo de lenguaje musical. Su principal función es desplazar la influencia de las industrias discográficas como intermediarios, beneficiando la creación de nuevos vínculos entre los artistas y el público.

Actualmente, existe un proceso inconcluso a nivel internacional en torno al cambio y establecimiento de un paradigma cultural dominante para la creación, distribución, propiedad y valorización del lenguaje musical. Dicho proceso cuenta con una gran variedad de facetas y posturas, sin embargo, fue posible identificar al menos dos grandes esferas discursivas y prácticas:

- Una de ellas aboga por una línea de continuidad heredada de las antiguas industrias discográficas, en la era digital. Esa línea se caracteriza por el establecimiento institucional de un intermediario, que se apoya en los derechos de propiedad e interpretación, más que en su predominio tecnológico, para lucrar con la música. Su punto central es el consumo de música como un producto mercantil, apoyando todo el esquema en el valor de cambio y en el marco jurídico.
- La segunda aboga por la generación de espacios alternativos, en los cuales los involucrados directamente en la generación del vínculo creación-consumo de lenguaje musical, decidan la forma en la que lo valorizan y distribuyen sus producciones. Su punto central es la autonomía cultural, que recae esencialmente en los individuos y en su capacidad para organizar su esfuerzo individual o colectivo, regulando tanto la creación como el consumo de música, centrando su esquema en el valor de uso y en las amplias posibilidades de comunicación y conocimiento del entorno digital.

No es posible hacer una proyección definitiva del predominio de cualquiera de los dos paradigmas, ya que son procesos sumamente complejos. Ambos funcionan como esquemas de negocios y como generadores de lenguajes simbólicos e imaginarios. La gran diferencia entre ambos es la intensión apropiativa-restrictiva del primero, y la asociativa-autónoma del segundo. Ante dichas posturas, se deben considerar desde luego los intereses económicos de las grandes empresas, pero también de los artistas y de los usuarios.

De manera general, la investigación cuantitativa y el marco teórico permiten hacer las siguientes afirmaciones:

1. Internet se ha convertido en un espacio con un amplio margen de libertad de contenidos, sin embargo, paulatinamente han surgido intentos de legislación local e internacional -ampliamente apoyados por industrias culturales- que pretenden implementar un control jurídico que permita que se respete la ya rebasada figura de la propiedad intelectual y los derechos de autor del paradigma cultural no digital. Las respuestas ante estas iniciativas varían, pero en general, los usuarios se niegan a permitir que los proveedores del servicio de internet se conviertan en censores de sus actividades en la red.
2. Las figuras de la propiedad intelectual y los derechos de autor han sido rebasadas en la actualidad, ya que fueron concebidas en un paradigma análogo, que no preveía el advenimiento de la era digital, donde la tecnología permitiría un desplazamiento progresivo de las industrias discográficas como intermediarios en todo el proceso creativo y distributivo.
3. Si bien podemos hablar del capitalismo cultural e Internet como fenómenos auténticamente globales, los cambios analizados en las prácticas culturales de consumo musical no son susceptibles de una generalización, ya que varían dependiendo de la región, las condiciones de acceso a Internet, el conocimiento de las redes P2P, etc.

4. Las industrias discográficas están generando patrones adaptativos al paradigma digital en la distribución de contenidos, que hasta ahora permiten un panorama moderadamente optimista en sus balances y proyecciones. Sin embargo, insisten en mantener lo más posible un control sobre los derechos de reproducción e interpretación de miles de artistas, evitando que las pérdidas por la “piratería” o distribución ilegal aumenten.

5. Las redes P2P llegaron para quedarse en el horizonte cibernético, y si bien es cierto que su clímax como canales de distribución de ciertos contenidos ha disminuido, mantienen un flujo muy importante en el tráfico total de datos en Internet. Hoy en día, conviven con los canales de *streaming*, con las tiendas *online*, y con las amenazas legales.

Haber realizado el análisis desde la perspectiva teórica de la noción cultural de Bolívar Echeverría, y del análisis de una economía política de la música, permite arribar a las siguientes conclusiones con respecto a su estatus actual en el contexto del capital cultural y el Internet:

- Como una *forma estética salvaje*, que gracias a un proceso de *refuncionalización* fincado en la tecnología digital, genera una la lógica de *desacato ontológico* frente al mundo *canónico-institucional* de las industrias culturales – veterano exponente del *dogma de la compenetración esencial* entre capitalismo, modernidad y *reproducción social*–, permitiendo el funcionamiento efectivo del mecanismo crítico de la identidad (individual o colectiva), al mantener latente la posibilidad de un *momentum* político y un vínculo yermo de *intermediación*, que si bien no se despoja por completo del factor económico, no permite que este le imprima ni un sentido univoco, ni una potestad monopólica.

- Como una forma mercantil del antiguo canon cultural monolítico de la reproducción industrial –en plena adaptación al paradigma digital–, que aboga por la *intermediación* a través de la propiedad intelectual y la lógica acumulativa, restrictiva y punitiva, entorpeciendo el libre flujo de la música como lenguaje, situando a esta en una dinámica de *postpolítica internacional*.

Esta dicotomía contemporánea de la música, dentro y fuera de Internet, en el contexto del capitalismo cultural, nos permite asegurar la existencia de un conflicto tenso por lograr un control efectivo de los medios de creación y los canales de distribución, vinculándolos por un lado prioritariamente a las ganancias monetarias, y por otro a un libre flujo de lenguaje, sin desprenderse necesariamente de un circuito económico. El conflicto concluyente entre estos dos paradigmas es la consolidación de la libertad o restricción de los medios, la propiedad y la distribución de música, poniendo de por medio no solo dicho poder, sino el control del contenido simbólico del lenguaje. “Cuando se repiten de forma idéntica, cada vez más rápidamente, mensajes cada vez más pobres, el poder flota en la sociedad, así como la sociedad flota en la música.”<sup>329</sup>

“Hoy día la música, cualquiera que sea el modo de producción del capital, anuncia el establecimiento de una sociedad repetitiva en la que nada más sucederá, al mismo tiempo que *la emergencia de una subversión formidable, hacia una organización radicalmente nueva, nunca antes teorizada, y de la que la autogestión no da más que un débil eco.*”<sup>330</sup> La participación del lenguaje musical en el proceso aporta un cariz muy particular, ya que “[...] cuando la subsunción real y total del capital sobre la sociedad es algo consumado, entonces la autovalorización artística se rebela.”<sup>331</sup> Pero no se trata de cualquier tipo de rebelión:

---

<sup>329</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.195.

<sup>330</sup> Jacques Attali, *op. cit.*, p.13.

<sup>331</sup> Toni Negri, *op. cit.*, p. 40.

“El arte está comprometido con esa percepción del mundo que enajena a los individuos de su existencia funcional y sus prestaciones en la sociedad —está comprometido en la emancipación de la sensibilidad, de la imaginación y de la razón en todas las esferas de la subjetividad y la objetividad. La transformación estética se convierte en un vehículo de reconocimiento y acusación. Pero esta conquista presupone un grado de autonomía que separa el arte del poder mistificador de lo dado y lo libera para que exprese su propia verdad.”<sup>332</sup>

Ante tal conflictividad, la investigación responde algunas cuestiones puntuales, apoyándose en una comprensión objetiva del contexto tecnológico y económico, pero plantea una gran interrogante:

“Los progresos de la cultura van depositando en el regazo de la humanidad nuevos y nuevos dones; pero, el individuo se ve excluido de su disfrute en medida cada vez mayor. Y ¿para qué sirve, en realidad, una riqueza que jamás el yo puede llegar a transformar en acervo vivo? ¿No contribuye más bien a entorpecerle, en vez de liberarle?”<sup>333</sup>

Una vez concluido el proceso de investigación, surgen cuestionamientos y alternativas muy puntuales en torno a la necesidad de ampliar la investigación del estatus y transformaciones de la música como bien cultural internacional.

Si bien fue posible describir el fenómeno dentro de una dinámica tan general como lo son la cultura y el capitalismo, es necesario ahondar tanto en su estudio cuantitativo como método efectivo de comprobación teórica sobre la relevancia de la dimensión estética en la cultura, como en la necesidad de diseñar una recopilación e interpretación de datos a nivel micro de las nociones de estos nuevos vínculos sociales en torno a la producción y distribución de música.

---

<sup>332</sup> Herbert Marcuse, *op. cit.*, p.63.

<sup>333</sup> Ernst Cassirer, *Antropología filosófica*, México, F.C.E., 2012, p. 160.

Que la música sea un factor cultural de envergadura internacional genera vínculos trascendentales con el universo identitario, político, económico y simbólico, situándola inevitablemente en los reflectores de las controversias y discusiones más actualizadas, en términos de tecnicismos jurídicos y objeto de tratados internacionales. Pero además de esta faceta, es necesario no dejar de discutir la parte esencial de su estatus como lenguaje artístico, que es el de pieza clave en los procesos culturales autónomos y en los flujos de transmisión cultural generacional y global.

Este esfuerzo académico se inclina por no claudicar a la universalidad de la música, de poder escuchar y ser escuchados. *“Porque es en la música donde dejamos asomar una parte nuestra muy espontánea, también una forma social de pensar, de organizarse y de lo que somos capaces de dar a través de otro lenguaje, de un lenguaje paralelo.”* (Ramón Andrés)

Coyoacán, D.F., 2014.

# Fuentes

## Bibliografía

1. Adorno, Theodor W., *Teoría Estética*, España, Ed. Akal, 2004, 512 pp.
2. Agamben, Giorgio, *¿Qué es lo contemporáneo?*, Italia, Instituto Universitario de Arquitectura de Venecia, 2008, 8pp.
3. Attali, Jacques, *Ruidos. Ensayo sobre la Economía Política de la música*, México, Siglo XXI Editores, 1995, 233 pp.
4. Berardi, Franco, *After the Future*, Editado por Gary Genosko & Nicholas Thoburn, EE. UU., AK Press, 2011, 134 pp.
5. Berardi, Franco, *Generación Post-Alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*, Argentina, Tinta Limón Ediciones, 2007, 258 pp.
6. Bourdieu, Pierre, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Argentina, Siglo XXI Editores, 2010, 282 pp.
7. Braudel, Fernand, *La dinámica del capitalismo*, México, F.C.E., 1986, 48 pp.
8. Cassirer, Ernst, *Antropología filosófica*, México, F.C.E., 2012, 197 pp.
9. Cioran, Emile Michel, *Ese Maldito Yo*, España, Tusquets, 2002, 208 pp.
10. Debord, Guy, *La Sociedad del Espectáculo*, Traducción de Rodrigo Vicuña Navarro, Chile, Editorial Naufragio, 1995, 131 pp.
11. Duckworth, William, *Virtual Music: How the Web got wired for Sound*, Gran Bretaña, Editorial Routledge, 2005, 232 pp.
12. Echeverría, Bolívar, *Definición de la cultura*, México, FCE, 2010, 211 pp.
13. Echeverría, Rafael, *Ontología del lenguaje*, Argentina, Ediciones Granica, 2008, 433 pp.
14. Foucault, Michel, *El orden del discurso*, Traducción de Alberto González Troyano, Barcelona, Tusquets Editores, 1992, 50 pp.
15. Fouce, Héctor, "¿La Música tiene significado?", en *La Música Pop y Rock*, España, Editorial UOC, 2007.

16. Franetovic Parker, Hurtado Sepúlveda & Jorge Katz Spliniac, Chile, Universidad de Chile, *La Industria Musical: hacia un Nuevo Equilibrio*, Tesis de Licenciatura, 2009.
17. Gramsci, Antonio, *El Materialismo Histórico y la Filosofía de Benedetto Croce*, Argentina, Nueva Visión, 2003, 272 pp.
18. Graves, Robert, *Los Mitos Griegos I*, Traductor: Luis Echávarri, revisión: Lucía Graves, España, Editorial Alianza, 1985, 560 pp.
19. Herbert Marcuse, *La dimensión estética. Crítica de la ortodoxia marxista.*, España, Ed. Biblioteca Nueva, 2007.
20. Horkheimer, M. & Adorno, T.W., *Dialéctica de la Ilustración*, Traducción de Juan José Sánchez, España, Editorial Trotta 1994, 304 pp.
21. Jameson, Frederic, *The Cultures of Globalization*, EE. UU., Duke University Press, 2003, 399 pp.
22. Joachim Moser, Hans, *Teoría general de la Música*, México, Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana – UTEHA, 1965, 190 pp.
23. Kandinsky, Wassily, *De lo espiritual en el arte*, México, Ediciones Coyoacán, 2005, 134 pp.
24. Kejner, Camilo, *Is there a future? An Analysis of the Music Industry through its History and its Strategy for Survival in the Age of Peer to Peer & File Sharing Technologies*, Argentina, Universidad Católica de Negocios, Administración y Marketing, Tesis de Licenciatura, 2007.
25. Lessig, Lawrence, *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Editorial Bloomsbury, EE.UU., 2008, 352 pp.
26. Martín-Barbero, Jesús *et. al*, *Cultura y globalización*, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, Centro de Estudios Sociales, 1999, 363 pp.
27. Marx, Karl, *El Capital, Libro I, Capítulo VI inédito*, México, Siglo XXI Editores, 1971, 177 pp.
28. Michel Bauwens, “Hacia la estación de Finlandia, una revisión del siglo XXI”, en *Inclusiva-net: #4. Redes y procesos P2P. Cuarto Encuentro Inclusiva-net, 6 al 10 de julio de 2009, dirigido por Juan Martín Prada*, Medialab Prado, España, 2009, 173 pp.
29. Negri, Toni, *Arte y multitudio. Ocho cartas*, Traducción de Raúl Sánchez, España, Editorial Mínima Trotta, 2000, 55 pp.



30. Paoli, Antonio *La lingüística en Gramsci. Teoría de la Comunicación Política*, México, Ediciones Coyoacán, 2002, 96 pp.
31. Pekka Gronow & Ilpo Saunio, *International History of the Recording Industry*, Traducción al inglés: Christopher Mosele, EE. UU., Editorial Cassell, 1998, 416 pp.
32. Platón, *Diálogos, IV República*, Editorial Gredos, España, 1988, 502 pp.
33. Rifkin, Jeremy, *La Era del Acceso. La Revolución de la nueva economía*, España, Paidós, 2000, 161 pp.
34. Rossi-Landi, Ferruccio, *Ideologías de la Relatividad Lingüística*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1979, 156 pp.
35. Salazar, Adolfo, *La música como proceso histórico de su invención*, México, F.C.E., 1950, 328 pp.
36. Subirats, Eduardo *Culturas Virtuales*, México, Ediciones Coyoacán, 2001, 174 pp.
37. Vercellone, Carlo “Las políticas de desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo”, en *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, España, Editorial Traficantes de Sueños, 2004, 155 pp.
38. Wallerstein, Immanuel, *El Capitalismo Histórico*, Siglo XXI Editores, México, 1a. Edición en inglés, 1983 [Historical Capitalism], 1a. Edición en español, traducción de Pilar López Máñez, 1988, 112 pp.
39. Weber, Max, *Historia económica general*, México, F.C.E., 1978, 331 pp.
40. Yúdice, George, *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Editorial Gedisa, España, 2007, 106 pp.
41. Žižek, Slavoj, En defensa de la Intolerancia, Traducción de Javier Eraso Ceballos y Antonio Antón Fernández, España, Editorial Sol 90, 2010, 143 pp.
42. Zygmunt, Bauman, *La cultura como praxis*, Traducción de Albert Roca Álvarez, España, Editorial Paidós, 2002, 374 pp.

## Hemerografía

43. Amador Bech, Julio, “Los modelos de comunicación y los límites del estructuralismo. Perspectivas para una teoría antropológica”, en *Derecho a Comunicar: Revista científica de la Asociación Mexicana de derecho a la información*, No. 2, mayo-agosto, México, 2011.
44. Bourdieu, Pierre, “Los tres estados del capital cultural”, en *Sociológica*, UAM- Azcapotzalco, núm. 5, México, 1979.
45. Calvi, Juan C., “La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet.”, en *Revista Zer*, España, Universidad del País Vasco, 2006.
46. Caro, Antonio, “Publicidad y globalización”, en *Historia y Comunicación Social*, 15: 117-130, España, Universidad Complutense de Madrid, 2010.
47. Caro, Antonio, “Semiocapitalismo, marca y publicidad. Una visión de conjunto”, en *Pensar la Publicidad*, vol.5, no. 2, España, Universidad Complutense de Madrid, 2011.
48. Foucault, Michel, “Michel Foucault & Pierre Boulez. La música contemporánea y el público”, en *CNAC Magazine*, no.15, Francia, 1983.
49. Fouce, Héctor, “Tecnología y medios de comunicación en la música digital. De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha”, en *Comunicar.*, No. 34, v. XVII, España, 2010.
50. González Amador, Roberto *et al.*, “Busca EU limitar acceso a Internet en el Pacífico”, en *La Jornada*, México, 13 de noviembre de 2013.
51. Martín-Barbero, Jesús, “Industrias culturales: Modernidad e identidad”, en *Dossier, Análisi*, Núm. 15, España, 1993.
52. Mejías, Ulises A., “Los dilemas de la libre información”, en *VOCERO. Momento Universitario*, Año 8, No. 63, México, marzo de 2013.
53. Moench, Eric, “Música y sociedad en el capitalismo tardío”, en *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, No. 31, España, Universidad Complutense de Madrid, marzo de 2011.
54. Prensky, Marc, “Digital Natives, Digital Immigrants”, en *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, No. 5, EE. UU., 2001.

55. Rodríguez Sala de Gómezgil, Ma. Luisa, “La Sociología de la Música en Max Weber: Aportes para su difusión”, en *Revista Mexicana de Sociología*, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, Vol. 27, No. 3, México, Septiembre – Diciembre, 1965.
56. Sudip Bhattacharjee et. al., “Impact of legal threats on online music sharing activity: An analysis of Music Industry Legal Actions”, en *Journal of Law and Economics*, Universidad de Chicago, Vol. 49, EE. UU., abril de 2006.
57. Tschmuck, Peter, “How creative are the Creative Industries? A case of the Music Industry”, en *The Journal of Arts Management, Law and Society*, vol.33, núm. 2, Alemania, Heldref Publications, 2003.

### Ciberografía

58. Agencia AFP, “UIT: a fin de año, el 40% del planeta estará conectado a Internet”, México, *La Jornada en línea*, 8 de octubre de 2013, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2013/10/08/economia/024n3eco>
59. Attali, Jacques, “Conferencia sobre *Bruits : essai sur l'économie politique de la musique (1977)*”, dictada en el ICA, Londres, mayo de 2001, Dirección URL: <http://www.eumed.net/cursecon/textos/2005/attali-ruidos.htm>
60. Borreau, Marc & Labarthe-Piol, Benjamin, “Peer to peer networks and the recording industry crisis: An historical point of view”, Reino Unido, *Meeting Papers of the Centre for Economic Policy Research*, 2004, Dirección URL: <http://dev3.cepr.org/meets/wkcn/6/6624/papers/labarthepiol.pdf>
61. Castells, Manuel, “Música, Internet y propiedad”, España, *La Vanguardia*, consultado en *Rebelión*, 5 de septiembre de 2004, Dirección URL: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=4214>
62. Castells, Manuel, “La dimensión cultural de Internet”, España, Ponencia impartida en el ciclo de debates culturales *Cultura XXI: ¿nueva economía?, ¿nueva sociedad?*”, organizado por la UOC y el Institut de Cultura del Ayuntamiento de Barcelona, julio de 2002, Dirección URL: <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
63. Delgado, Antonio, “El informe 301: el arma de la industria cultural de Estados Unidos”, España, *eldiario.es*, 17 de marzo de 2013, Dirección URL: [http://www.eldiario.es/turing/informe-arma-industria-cultural-Unidos\\_0\\_111989060.html](http://www.eldiario.es/turing/informe-arma-industria-cultural-Unidos_0_111989060.html)

64. Echeverría, Bolívar, Conferencia dictada el 23 de octubre del 2009 en el auditorio del Museo Universitario de Arte Contemporáneo, dentro del Coloquio Internacional: “Razón y revolución, organizado por el Centro de Estudios Teóricos y Multidisciplinarios en Ciencias Sociales de la FCP y S de la UNAM, México, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dDGBKAAjhNs>
65. Lemrini El-Ouahhabi, Mohamed, “La Tecnología Digital”, España, *Revista Mediaciones*, No.3, 2013, Dirección URL: [http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd\\_oi\\_mediaciones3\\_tecnologiadigital.pdf](http://virtual.uniminuto.edu/repositorio/files/repcumd_oi_mediaciones3_tecnologiadigital.pdf)
66. Liner, Barry M. et. al., “Brief History of the Internet” (Breve historia del Internet), EE. UU., *Internet Society*, 15 de octubre de 2012, Dirección URL: <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet>
67. Madden, Mary, “Artists, Musicians and the Internet”, EE. UU., *Pew Internet & American Life Project*, 2004, Dirección URL: [http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2004/PIP\\_Artists.Musicians\\_Report.pdf.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2004/PIP_Artists.Musicians_Report.pdf.pdf), 51 pp.
68. S/a, “A History of Protecting Freedom Where Law and Technology Collide”, EE. UU., *Electronic Frontier Foundation*, Dirección URL: <https://www.eff.org/about/history>
69. S/a, “Creative Economy Report 2013, Especial Edition: Widening Local Development Pathways”, Nueva York, *Editorial del Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas*, 2013, Dirección URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
70. S/a, “File Sharing”, EE. UU., *Electronic Frontier Foundation Web Page*, Dirección URL: <https://www.eff.org/issues/file-sharing>
71. S/a, “Global Internet Phenomena Report 1H 2013”, Canada, *Sandvine Intelligent Broadband Networks*, 2013, Dirección URL: <https://www.sandvine.com/downloads/general/global-internet-phenomena/2013/sandvine-global-internet-phenomena-report-1h-2013.pdf>
72. S/a, “IFPI Digital Music Report, “Engine of a digital world”, EE. UU., *International Federation of Phonographic Industry*, 2013, Dirección URL: [http://www.ifpi.org/downloads/dmr2013-full-report\\_english.pdf](http://www.ifpi.org/downloads/dmr2013-full-report_english.pdf)
73. S/a, “Peer-to-Peer File Sharing. The impact of file sharing on service provider networks .An Industry White Paper”, Canada, *Sandvine Inc.*, 2002, Dirección URL: <http://downloads.lightreading.com/wplib/sandvine/P2P.pdf>

- 74.S/a, “Tratados administrados por la OMPI”, *World Intellectual Property Organization*, Dirección URL: <http://www.wipo.int/treaties/en/>
- 75.Sánchez Onofre, Julio, “Ingresos de la Industria musical, en su mejor nivel en 13 años”, México, *El Economista*, 26 de febrero de 2013, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2013/02/26/ingresos-industria-musical-su-mejor-nivel-13-anos>
- 76.Sisario, Ben, “EMI Is Sold for \$4.1 Billion in Combined Deals, Consolidating the Music Industry”, EE. UU., *The New York Times*, 11 de noviembre de 2011, Dirección URL: [http://www.nytimes.com/2011/11/12/business/media/emi-is-sold-for-4-1-billion-consolidating-the-music-industry.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2011/11/12/business/media/emi-is-sold-for-4-1-billion-consolidating-the-music-industry.html?_r=1)
- 77.Sterling, Bruce, “Short History of the Internet”, EE. UU., *The Magazine of Fantasy and Science Fiction*, febrero de 1993, Dirección URL: <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/short-history-internet>
- 78.Subirats, Eduardo, “El futuro de la cultura tecnológica”, España, *El País*, 23 de abril de 1987, Dirección URL: [http://elpais.com/diario/1987/04/23/cultura/546127205\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1987/04/23/cultura/546127205_850215.html)
- 79.Sweney, Mark, “Universal's £1.2bn EMI takeover approved – with conditions”, Reino Unido, *The Guardian*, viernes 21 de septiembre de 2012, Dirección URL: <http://www.theguardian.com/media/2012/sep/21/universal-emi-takeover-approved>
- 80.Widdicombe, Lizzie, “Teen Titan. The man who made Justin Bieber”, EE. UU., *The New Yorker*, 3 de septiembre de 2012, Dirección URL: [http://www.newyorker.com/reporting/2012/09/03/120903fa\\_fact\\_widdicombe?currentPage=all](http://www.newyorker.com/reporting/2012/09/03/120903fa_fact_widdicombe?currentPage=all)

## Gráficas

- 81.Aris & Bughin, 2009, basado en análisis McKinsey, en Andra Leurdijk & Otilie Nieuwenhuis, *Statical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Music Industry*, [en línea], Joint Research Center Technical Reports, European Comission, 2012, Dirección URL: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC69435.pdf>

82. David Bakula, *The Music Industry: A mid-year glance*, EE. UU., Nielsen SoundScan, 2012, Dirección URL: [http://www.rs.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2012-Webinars/nielsen\\_entertainment\\_webinar\\_deck\\_final.pdf](http://www.rs.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2012-Webinars/nielsen_entertainment_webinar_deck_final.pdf)
83. Michael De Gusta, "The Real Death of the Music Industry", EE. UU., *Business Insider*, febrero 18 de 2011, Dirección URL: <http://www.businessinsider.com/these-charts-explain-the-real-death-of-the-music-industry-2011-2#!JuQ8i>
84. S/a, "Global Music. Turning Into New Opportunities", EE. UU., *eMarketer*, mayo de 2007, Dirección URL: <http://www.alacrastore.com/storecontent/Thomson-Reuters-Market-Research/GLOBAL-MUSIC-TUNING-INTO-NEW-OPPORTUNITIES-MAY-2007-EMARKETER-50127904>
85. S/a, *Global Entertainment and Media Outlook*, EE. UU., PWC & Wilkofsky Gruen Associates, 2011, Dirección URL: [http://www.careercatalysts.com/pdf/PwCOutlook2012-Industry%20overview%20\(3\).pdf](http://www.careercatalysts.com/pdf/PwCOutlook2012-Industry%20overview%20(3).pdf)
86. S/a, *Reporte de la International Federation of the Phonographic Industry*, EE. UU., IFPI, 2013, Dirección URL: [http://www.ifpi.org/downloads/dmr2013-full-report\\_english.pdf](http://www.ifpi.org/downloads/dmr2013-full-report_english.pdf)
87. Stephen E. Siwek, *Reporte de la International Intellectual Property Alliance*, EE. UU., IIPA, 2013, Dirección URL: [http://www.iipa.com/pdf/2013\\_Copyright\\_Industries\\_Full\\_Report.PDF](http://www.iipa.com/pdf/2013_Copyright_Industries_Full_Report.PDF)

### Imágenes

88. Manfredi, Bartolomeo, "Apolo y Marsias", óleo sobre tela, *Museo de Arte de St. Louis, EE. UU.*, Dirección URL: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Bartolomeo\\_Manfredi\\_-\\_Apollo\\_and\\_Marsyas.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Bartolomeo_Manfredi_-_Apollo_and_Marsyas.jpg)
89. Meier, Melchior, "Apolo, Marsias y el juicio de Midas", grabado, *The Metropolitan Museum of Art, EE. UU.*, Dirección URL: <http://www.huntsearch.gla.ac.uk/artimages/6058.jpg>