

**PIRATERÍA Y CULTURA:
UNA MIRADA A LA SUBJETIVIDAD BOGOTANA EN EL SIGLO XXI**

Trabajo para optar por el título de:
Licenciado en Filosofía

Modalidad: Construcción Filosófica Teórico-Práctica

Presentado por:
Cristian Harley Díaz Jiménez
Cod: 2019132013

Directora:
Keyla Diaz Muñoz

Universidad Pedagógica Nacional
Facultad de Humanidades
Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en Filosofía
Bogotá D.C.
2024

Dedicado a toda mi familia y amigos. Les doy infinitas gracias por haber puesto algo de sí mismos para ayudarme a cimentar todo lo que soy y seré alguna vez. Esta tesis es un cálido y revolucionario abrazo para todo aquel que guarda en el fondo de su corazón una tensión contra el poder y alimenta la llama de la insubordinación. En nombre de todos aquellos piratas que tratan de sobrevivir a este desquiciado mundo y a las dinámicas de poder que tratan de doblegarnos.

*Para todos ellos y los que vienen dedico mis ideas y el siguiente brindis:
¡Salud y anarquía! ¡Que viva la Piratería!*

Agradecimientos

Cae una pequeña semilla y de ella brotan raíces.
Un bosque alimenta a una semilla y crece un gran árbol.
Caen más semillas y el ciclo continúa....

Me gustaría empezar por exaltar dos nombres muy importantes para mí. La suma de mis esfuerzos y lo más bonito de mi alma es dedicado a mis abuelos: Cecilia Amparo Mora y Daniel Jiménez. Gracias a ellos mi infancia fue muy feliz y estuvo llena de aprendizajes. Mis recuerdos más hermosos se congregan en torno a ustedes y sus palabras. Extraño mucho su presencia, pero quiero decirles una cosa: su niño lo logró... A mis padres Sandra Patricia Jiménez Mora y Jorge Yesid Díaz Carrillo les agradezco absolutamente todo lo que han hecho por mí. El amor y el apoyo que ustedes me han dado es invaluable. Nada de lo que he logrado en la vida sería posible sin ustedes. Por eso les dedico este y todos mis logros. Con el corazón valoro mucho todo el esfuerzo que han dedicado para que su hijo cumpla sus sueños. Gracias por darme esta hermosa vida. Les amo con todo mi ser.

De aquí en adelante quisiera agradecer profundamente a: mi hermano Yesid Díaz por siempre haber estado ahí para animarme y acompañarme como un fiel amigo, mi Nakama. Gracias por ser mi hermano mayor. Mi sobrino Ian Santiago Díaz porque con su sonrisa ha llenado mi corazón en momentos duros. Mi familia que sin importar la circunstancia ha estado ahí para respaldarme y hacerme reír. Gracias por estar ahí, ustedes son mi tesoro. Daniel Jiménez Mora, mi socio y escudero, el que nunca me ha dejado morir. Mi tía Carolina que me aconseja y me limpia las heridas con amor. Mi tía Natali que me dio un primo al que quiero como a un hermano. Claudia que me ha hecho compañía y me hace estallar en risas. Daniela que ha hecho las veces de amiga, doctora, compañera de conciertos y autoridad intelectual, muchas gracias por tu ayuda mujer. Brayan mi gymbro y mi socio. Hari mi prima, mi asiática favorita. Juan que es mi parcerito. Cristian que aún no me gana en el billar. Yadira y sus hijas que se han vuelto parte de la familia y también me han apoyado. Valentina Flores que fue una parte especial de mi vida, gracias por permitirme amarte e inspirarme a ser mejor. Angel David, mi hermanito menor, gracias por ser un motivo más para luchar. A ellos y todos los miembros de mi familia que han acompañado mi camino les dedico esta tesis y les extiendo infinitas gracias, esto también es por ustedes.

Ahora bien, quiero dar un lugar especial a los nombres de los idiotas que más amo: Sebastián Castro, mi mejor amigo y mi consciencia, mi perrito, socito, calidosito. Johan Esteban López, la persona con la que he entablado los más profundos y fructíferos diálogos filosóficos. Didier Mauricio, el personaje que me ha brindado una gran amistad y me ha permitido ser su padre en el Ping-pong. David Castro, el poeta maldito con quien he compartido dulces tragos y un sentir bohemio. Para estos cuatro imbéciles lo único que me queda es agradecer todos estos años en los que he tenido el privilegio de ser su amigo y compartir la etapa más hermosa de mi vida. Gracias por todo, mis muchachos. A todos mis otros amigos del colegio (Slendy, Daniela y Daniela), de la universidad y el Scooter, les agradezco mucho por todos los bonitos recuerdos que tengo a su lado.

Quiero hacer una mención especial a la persona sin la cual esta tesis no sería lo mismo: mi asesora de tesis Keyla Diaz. Tu ayuda y tus enseñanzas han sido muy valiosas para mí, supiste escucharme y acompañar mis ideas con aportes muy valiosos. Estoy demasiado agradecido contigo. Ahora voy a saltarme a México. Hay un docente cuya influencia en mí es bastante importante pues fue él quien me inició en este camino, muchas gracias profesor Jhairo Molina. Quiero agradecer a la Universidad Autónoma de Chiapas por haberme permitido la oportunidad de estudiar dos semestres en ese agradable espacio. Una mención especial a los profesores Luis Ocaña, Raúl Trejo Villalobos y Rigoberto Martínez Sánchez. Durante mi estancia en Chiapas ustedes fueron excelentes profesores, mucho de lo que aprendí de su parte está plasmado en esta tesis. Por eso les agradezco mucho todo lo que me enseñaron. Su espacio fue muy valioso para mí.

A mí segunda madre le doy infinitas gracias por todo lo que hizo por ese pobre muchacho que llegó a México con un par de maletas y el corazón roto. Con el amor y la amabilidad de una madre cuidó de mí y me adoptó durante más de diez meses en los que de no haber sido por su amor y sus cuidados no hubiera podido soportar tanto tiempo estando solo al otro lado del continente. Mi madre Tere fue quien estuvo ahí para alimentar mi cuerpo y mi corazón, me enseñó a cocinar y me ayudó a coleccionar hermosos recuerdos. Por eso le dedico un párrafo especial. Para ti y toda su familia les doy muchas gracias por todo lo que hicieron por mí.

Un abrazo muy especial también para todos mis amigos de intercambio que están regados por el mundo. Les guardo un gran cariño por todo lo que vivimos. Algunos nombres importantes son: Yoav y su familia, Alexis y Aurora, Jimena, Nancy, Daniela, Marti, Julia, Caro, Daniel, Lucía, Buki, Estefa, Juan, Daniel, Wendy, Lizzet, Lucia, Lula, Natalia, Santiago, Yenny, Julieta, y todos los que no recuerdo en el momento. Gracias también a ustedes. Por la inspiración que me han

producido sus aventuras, y por la compañía que me han hecho este último año. Gracias a los Mugiwara: Monkey D. Luffy, Roronoa Zoro, Sanji, Nami, Chopper, Brook, Robin, Usopp, Jinbe y Bon Clay.

Algunos personajes cuyas influencias han sido importantes para mí: Nietzsche, Marx, Foucault, Hegel, Wittgenstein, Benjamín, Adorno, Horkheimer, Gramsci, Bourdieu, Deleuze, Williams, Russell, Camus, Cioran, Sartre, Nishitani, Kierkegaard, Arango, Caicedo, Bauman, Dostoievski, Hesse, Orwell, Huxley, Marco Aurelio, Freud, Lacan, Kant, Platón, Sócrates, Aristóteles, Diógenes, Erasmo, Arendt, Badiou, Descartes, Erasmo, Aquino, Agustín, Heidegger, Husserl, Popper, Quine, Pierce, Sagan, Engels, Bakunin, Malatesta, Bonano, Goldman, Mariátegui, Luxemburgo, Ortega, Fanon, Césaire, Gaos, Gracia, Echeverría, Dussel, Castro Gómez, Mignolo, Sousa, Villoro, Silvia Rivera, y por último, una mención especial al movimiento zapatista que me recibió un par de veces en México y me permitió ver y soñar con otro mundo, con otras posibilidades de ser y de resistir.

Resumen

Esta investigación se trata de un estudio filosófico-cultural en el que se tocan temas de actualidad relacionados a la piratería, la cultura y la subjetividad. La novedad de este trabajo interdisciplinar consiste en que articula a la filosofía y los estudios culturales, el propósito es investigar y teorizar sobre la relación que tiene la piratería con la construcción de la subjetividad bogotana en el siglo XXI. En el texto se incluyen elementos cualitativos y cuantitativos que fueron recolectados mediante una metodología mixta que integra la etnografía, la auto-etnografía y la encuesta. En el recorrido se hace hincapié en temas como el fetichismo de la mercancía, la distinción, el habitus de clase y las relaciones de poder, entre otros. La investigación se compone de tres capítulos: en el primero se hace un acercamiento descriptivo y conceptual a modo de introducción. El segundo consiste en presentar y analizar los datos recolectados en la encuesta para tener un panorama general del fenómeno. Finalmente, el tercer capítulo reúne y teje todas las ideas presentadas en el texto con el objetivo de formar una teoría contextualmente radical sobre la piratería y la subjetividad en la cultura bogotana.

Palabras clave: piratería, subjetividad, cultura, fetichismo, clase, habitus, distinción, poder.

Abstract

This research is a philosophical-cultural study that addresses current issues related to piracy, culture and subjectivity. The novelty of this interdisciplinary work is that it articulates philosophy and cultural studies, in addition to the fact that its purpose is to investigate and theorize about the connection that piracy has with the construction of Bogota subjectivity in the 21st century. The text includes qualitative and quantitative elements collected through a mixed methodology that integrates ethnography, autoethnography, and the survey, also the study's path emphasizes commodity fetishism, distinction, class habitus, and power relations, among others. The research is made up of three chapters: the first presents a descriptive and conceptual approach as an introduction, the second consists of presenting and analyzing the data collected in the survey to have a general overview of the phenomenon, and finally, the third chapter brings together all the ideas presented in the text to create a contextually radical theory about piracy and subjectivity in Bogota culture.

Keywords: piracy, subjectivity, culture, fetichism, class, habitus, distinction, power.

Índice de Tablas

Tabla 1. Rango de edad.....	35
Tabla 2. Estratos y porcentajes demográficos	37
Tabla 3. Consumo de piratería por Estratos	38
Tabla 4. Frecuencia de Consumo por Estrato	39
Tabla 5. Percepción del aumento de consumo por estratos	46

Índice de Figuras

Figura 1. Distribución por género.....	34
Figura 2. Distribución de Edades	35
Figura 3. Distribución en la ciudad.....	36
Figura 4. Distribución por Estrato Socioeconómico.....	37
Figura 5. Porcentajes de Consumo de Piratería.....	38
Figura 6. Frecuencia de Consumo	39
Figura 7. Productos piratas más consumidos	41
Figura 8. Razones Para Consumir Piratería	43
Figura 9. Preferencias de Consumo	45
Figura 10. Tecnología en relación al aumento o disminución del consumo de piratería	46
Figura 11. Conocimiento de la ley.....	48
Figura 12. Percepción del Consumo de Piratería	49
Figura 13. Consideraciones sobre el status legal de la piratería.....	50
Figura 14. Sensaciones al Consumir Piratería.....	51
Figura 15. Percepción de la Dinámica de Clases	53

Contenido

Introducción	9
1. Una metodología mixta para un contexto específico	10
1.1. De la cultura, el anti-elitismo y una auto-etnografía contextualmente radical	11
Capítulo 1. Piratería, Subjetividad y Cultura	14
1. Mercancía, fetiche y piratería	15
2. De la piratería y la distinción.....	17
Capítulo 2. Una mirada estadística de la piratería	30
Capítulo 3. En camino a una teoría de la piratería y la subjetividad	55
1. De la subjetivación y el <i>habitus</i> familiar.....	56
1.1. La subjetividad pirata y los Aparatos Ideológicos del Estado (AIE)	58
1.2. De la culpa y la piratería.....	61
1.3. Del <i>habitus</i> a la resistencia y la búsqueda de desclasamiento	64
2. De los piratas de la cultura y la complicidad del Estado.....	66
Conclusiones	72
Bibliografía	74
Anexos	75
Anexo 1. Excel con los datos completos de la encuesta	76

Introducción

En la cultura bogotana hay muchos espacios de los que no solemos hablar. Hay lugares comunes en los que la vida tiende a oscilar entre lo legal y lo ilegal, lo que es bien visto y lo que es rechazado, lo moralmente correcto y lo que no lo es tanto, lo que da estatus y lo que es vulgar. Son esos espacios en los que discurre la vida del grueso de la población, donde, incluso a plena luz del día, acontece y se cruza esa escurridiza y conocida frontera entre la legalidad y su contraparte. Así, cuando pienso en investigar mi época y mi sociedad me remito a Michael Foucault (1970, 1991) para rescatar lo que considero que es el espíritu de sus investigaciones: procurar remitirse a esos otros espacios de los que no se habla y que resultan marginados. Esos lugares o discursos cuya cotidianidad es hasta ahora indecible, pero, que develan un trasfondo de la sociedad que, aunque la cimenta, es mejor dejar de lado como si no existiera para no horrorizarnos con ella.

La piratería es un fenómeno bastante común en la sociedad colombiana, particularmente, en la cultura bogotana. La existencia de ese fenómeno en este contexto específico tiene unas dinámicas y unas formas particulares, sobre todo cuando se contrasta su normalidad y magnitud con el hecho de que es ilegal participar de ella. Una situación que plantea todo tipo de interrogantes sobre la subjetividad que no han sido abordadas por la filosofía, ni tampoco por los estudios culturales, de ahí la novedad y el aporte teórico que pretendo hacer con esta investigación. La pregunta central que me surge al chocar con este fenómeno es la siguiente: ¿cómo se relaciona la piratería con la construcción de las subjetividades en la cultura bogotana del siglo XXI?

En relación a esa primera pregunta surgen algunas secundarias que irán apareciendo a lo largo del texto, para darle una fluidez y una articulación temática, por ejemplo, ¿qué relación tiene la cultura bogotana con la piratería?, ¿cómo se vive esa piratería?, ¿hay dinámicas de clase asociadas? ¿por qué sus dinámicas de producción y consumo son tan particulares?, entre otras. Así pues, este trabajo articula la filosofía y los estudios culturales con el objetivo de investigar y teorizar sobre las relaciones que tiene la piratería con la construcción de subjetividades en el contexto de la cultura bogotana del siglo XXI.

Después de señalar cuál es el fenómeno que voy a abordar, me parece pertinente hacer algunas aclaraciones sobre cómo se va a presentar el contenido. En el primer capítulo se aportan algunos elementos descriptivos sobre el fenómeno, junto con algunos conceptos centrales que provienen de autores de la filosofía y la sociología. La idea de ese apartado será entender nociones como: la

mercancía, el *habitus*, la distinción, el fetichismo y la piratería para enunciar algunas tesis que serán fundamentales más adelante. El segundo capítulo es una presentación y análisis de los datos cuantitativos que recolecté en el presente año, mediante una encuesta que se llevó a cabo con cuatrocientas personas, esto para dar un panorama general de la sociedad y dar soporte a algunas afirmaciones que se tejen con el anterior capítulo y el siguiente. El tercer capítulo es una articulación teórica de los conceptos y datos que se presentaron previamente, se profundiza a nivel teórico sobre la subjetivación y la cultura. De ese modo, el propósito del último capítulo es articular todos los elementos y las tesis secundarias¹, para dar profundidad y fuerza a la tesis central de este trabajo. La tesis es la siguiente: *la piratería, aunque ilegal, es un fenómeno que está altamente ligado a los procesos de subjetivación que se dan en la cultura bogotana dada la excesiva normalización que tiene y la magnitud del fenómeno mismo, mayoritariamente en los estratos bajos.*

Con eso dicho, es menester proceder a aclarar la metodología y explicar de qué manera voy a entender la idea de cultura, pues tener claridad de esos puntos va a ser fundamental para entender el por qué ciertos detalles o matices de la cultura se hacen explícitos a lo largo del texto.

1. Una metodología mixta para un contexto específico

Con el fin de responder a diferentes apuestas políticas y educativas tomé la decisión de escoger la modalidad de trabajo de grado: construcción filosófica teórico-práctica, para abordar el fenómeno con amplitud y libertad. La modalidad da la posibilidad de utilizar otros tipos de metodologías — diferentes a los de la monografía— y una forma de escribir experimental, auto-etnográfica y diferente a la tercera persona. Ahora bien, esta investigación es interdisciplinar, se articula a la filosofía con los estudios culturales para comprender y analizar las descripciones de la cultura como algo ordinario y su relación con la subjetividad y la piratería. Específicamente, esta es una investigación mixta, como método cualitativo utilicé la etnografía y la auto-etnografía, para denotar algunos matices desde la materialidad y la autenticidad de mi experiencia como investigador y miembro de esta cultura. Como método cuantitativo usé la encuesta², para tener un

¹ Si se desea un acercamiento a esas tesis secundarias previo a la lectura del texto se puede ir directamente al segundo párrafo de las conclusiones. Decidí no ponerlas desde el principio para no adelantar demasiadas ideas en un abre bocas.

² Todos los detalles y aclaraciones de la encuesta aparecen en el capítulo 2 junto con los datos y su respectivo el análisis.

panorama general de la magnitud del fenómeno y sus dinámicas, a partir de los datos que se recogieron de cuatrocientas personas que habitan la cultura bogotana (en su mayoría jóvenes de clase popular que decidieron contribuir a esta investigación)³. Se hizo un sondeo que inició el día 19 de marzo de 2024 y terminó el día 12 de junio del mismo año. En ese tiempo procuré llevar la encuesta a la mayor cantidad de gente, además, cuando era posible tenía conversaciones con los encuestados con el fin de recolectar más información sobre el fenómeno, por ejemplo, opiniones personales o datos relevantes sobre la piratería en Bogotá. Así que en el texto se podrán encontrar datos estadísticos y referencias a esas conversaciones informales en las que recolecté más información. Para dar una cohesión a esos métodos —procurando acotar lo que más pueda en un texto agradable para el lector— decidí que la mejor forma de lograr ese propósito era escribir en primera persona. Soy consciente de que en filosofía se tiende a usar la tercera persona casi por defecto, sin embargo, parecer neutral no se me da muy bien, asimismo, considero que no tiene sentido hacer eso cuando lo que se quiere hacer es explicitar una realidad propia, una experiencia en la que el autor está inmiscuido. El/la lector/a podrá notar al final del texto que este trabajo no sería tan completo si no se articulara la escritura auto-etnográfica, el levantamiento de datos a través de la encuesta y el análisis teórico/filosófico. Cabe señalar que, eso no compromete su rigurosidad y el cuidado pertinente con ciertas ideas para no caer en sesgos.

1.1. De la cultura, el anti-elitismo y una auto-etnografía contextualmente radical

Según Williams (2003) la cultura en sus tres acepciones más extendidas implica: primero, un proceso de desarrollo y formación del ser humano dentro de una sociedad junto con sus valores e ideales (aspecto de lo ideal); segundo, el cúmulo de actividades y producciones artísticas e intelectuales que están a la base de esa sociedad y que reflejan los significados y sentidos más profundos de una cultura, en otras palabras son la acumulación y la producción humana simbólica y material (aspecto documental); y tercero, formas específicas y diferenciadas de vida ya sea de un pueblo, de un grupo, de una persona o de la sociedad en general que guarda ciertos significados, valores, relaciones sociales, relaciones de producción, instituciones y el comportamiento ordinario (modo de vida).

³ Es importante aclarar que dentro de los encuestados hay una “sobrerrepresentación” de jóvenes con esas características como resultado de la forma en que se hizo la encuesta. No obstante, también se procuró extender el muestreo a personas mayores.

Para Williams (2003), un análisis de la cultura es: “el esclarecimiento de los significados y valores implícitos y explícitos en un modo específico de vida, de una cultura específica” (p. 52). En mi investigación, dicho esclarecimiento, incluye elementos como: la organización de la producción, la estructura familiar, social, institucional, formas de comunicación, valores o ideales, más o menos comunes (aspecto ideal); un análisis de los productos culturales, en este caso entendidos como mercancías (aspecto documental); y una descripción del modo de vida de una cultura específica, en este caso la cultura bogotana del siglo XXI. Proponía Williams (2003) que las posibles variaciones de significado del término “cultura” corresponden a elementos reales de la experiencia humana y hacen referencias significativas. En consecuencia, una teoría adecuada de la cultura debe incluir estas tres esferas, se debe ahondar en ellas y en sus posibles relaciones. En ese sentido, en cada apartado de la cultura (ideal, documental o vivida) aparecerán diferentes matices que esta investigación ha de denotar en tanto “patrones” de comportamiento, pero enfocados en los fenómenos de la piratería y la construcción de la subjetividad. Por ese motivo en el texto aparecerán expresiones propias de la cultura con el propósito de dar a mi investigación más expresividad, para hacer que el contexto hable desde su forma de vivirse.

En contra de la idea elitista de la cultura, según la cual hay una cultura más refinada y otra vulgar, Williams (2008) contrapone la idea de la cultura como algo ordinario. En lugar de pensar a la cultura como un signo exterior que es ostentado por un tipo “especial” de persona (la gente “cult”, de clase alta, o refinada) que insiste en que la cultura radica en ciertas distinciones en cuanto al lenguaje y al comportamiento. Por el contrario, Williams (2008) dice que ver a una cultura como ordinaria supone el entendimiento de que cada sociedad posee sus propias formas, finalidades, significados y orientaciones que están en constante debate y proceso de mejora. Como resultado de la experiencia social, se hacen y rehacen constantemente las mentalidades de sus participantes, de modo que la cultura no es algo exclusivo de un pequeño grupo de personas. Entonces, una cultura se compone de los significados comunes más ordinarios y los significados individuales más elaborados que se encuentran en un constante movimiento, como una continua retroalimentación entre lo tradicional y lo actual que es realizada por parte de los miembros de esa cultura.

La idea de poner a este autor sobre la mesa antes de pasar a la investigación es para explicar en qué sentido mi investigación es contextualmente radical y anti-elitista. Propone Williams que “solo en nuestro tiempo cabe la posibilidad de conocer, de una manera sustancial, la organización

general” (2003, p. 56), lo que sucede es que resulta muy complejo captar la estructura del sentimiento de una época y de una cultura cuando lo único que nos queda para acercarnos a ella son vestigios del pasado. Por esa razón, decidí enfocarme en mi época y en mi contexto, el objetivo de eso es lograr entresacar (de mi experiencia y de los datos recolectados), algunos elementos y matices que nadie más podría captar sin tener una experiencia directa del fenómeno y de la época actual. Al usar las ideas de Williams con algunas modificaciones puedo denotar aspectos de la cultura bogotana y el fenómeno de la piratería que pueden resultar novedosos teóricamente. Por otro lado, el anti-elitismo es una postura que busca cuestionar la idea de la cultura restringida a unas pocas personas refinadas junto con sus modos de vida, y entender a la cultura de forma más completa teniendo en cuenta incluso las prácticas más vulgares y cotidianas que allí se experimentan.

Capítulo 1.

Piratería, Subjetividad y Cultura

Cae la lluvia y el frío sabe a tinto caliente con tabaco. Bogotá es un entorno opaco, generalmente grisáceo, en el que un mar de nubes oscuras danza en el cielo mientras inunda sus calles. La gente corre y escapa de la lluvia mientras yo miro a un lado y al otro, hay una sombra, dos, o quizá una multitud acaba de pasar cerca de mí, pero solo percibí cuerpos y mercancías desfilando. Al aclarar mi vista tuve la sensación de percibir a alguien, quizá a una chica que acabó de cruzarse en mi campo visual, vi un par de zapatillas “Adibas” cuatro líneas —de las que venden por San Victorino—. También, me pareció notar una blusa roja con la imagen de alguna banda coreana de K-pop, seguramente, una reproducción de la mercancía original de la banda, de esas que se consiguen en veinte mil pesos en el Gran San⁴. Seguí mi camino y me crucé con una señora que por causa de la lluvia recogía su puesto ambulante de camisas de fútbol, “A veinte mil la que escoja”, decía el cartel, había gran variedad, desde equipos europeos hasta locales. Igualmente, unos metros adelante otra señora recogía también su puesto de libros, entre los que me llamó la atención uno de “Federico Nietzsche”, junto a un colgador de productos que vendía memorias USB con música descargada, desde reggaetón hasta guascarrilera, todo en uno por no más de ocho mil pesos.

Llegué a la estación del Transmilenio, luego de muchos empujones y casi pelearme por una silla pude descansar un poco. En una parada abordó un señor que vendía accesorios para celulares, así que aproveché y conseguí unos audífonos para hacer más llevadero el camino, “A quince barras valecita”, me dijo el vendedor. Después de pagarle continué mi camino escuchando la música que había descargado en internet la noche anterior, luego de veinte minutos de trancón los audífonos dejaron de funcionar. Me habían timado con una réplica que más encima era defectuosa. Llevaba

⁴San Andresito, San Victorino, Centro Comercial el Gran San, Plaza España, así como sus alrededores (en pleno centro de la ciudad), son espacios gigantes de comercio de todo tipo de mercancías y materiales (parte de ella pirata, y una también robada, por ejemplo, celulares, bicicletas, piezas de vehículos, etc.) que se vende al menudeo y mayoreo a precios bajos, siendo este el espacio en el que tradicionalmente muchas de las tiendas de la ciudad y sus alrededores se surten. También es el espacio predilecto por las clases populares para comprar su ropa y obsequios dependiendo de la temporada. Según relatos que me comentó un trabajador de San Andresito (comunicación informal), ese lugar tomó ese nombre debido a que, en su momento, mucha mercancía de contrabando proveniente de la isla de San Andrés era vendida en ese lugar. Curiosamente son espacios que geográficamente no están muy alejados de ciertos centros de poder: el congreso, la casa presidencial, un batallón del ejército, una central de la policía y diferentes caís o puntos de control, lo que hace muy irónico que los mayores expendios de piratería están bajo las narices de los que supuestamente la controlan.

todo el día tratando de notar el discurrir cotidiano de las personas, pero no vi solo a personas, vi mercancías y las mismas me llenaron de dudas, así que no pude más que enunciarlas: ¿Por qué hay tantas mercancías?, ¿por qué mucha de esa mercancía es piratería? Es más, si la piratería también es mercancía, ¿cuál es su estatus dentro del mundo de las mercancías? Y más importante aún: ¿cómo me dejé robar así?

Con esas y otras preguntas en mente empezó lo que sería el germen de mi investigación, los primeros pasos que darían lugar a diversas reflexiones y a una teoría de la piratería contextualmente radical. En ese sentido el primer paso que me gustaría dar es una conceptualización (sujeta a una constante revisión y actualización crítica), en aras de poner sobre la mesa algunas ideas para delinear lo que sería el proceder de mi investigación y el desarrollo teórico de los conceptos centrales con los que voy a trabajar.

1. Mercancía, fetiche y piratería

Para pensar en la piratería y su estatus dentro del mundo de las mercancías es menester empezar por el mismo concepto de mercancía. En la obra *El capital. Crítica de la economía política, tomo I*, de Karl Marx (1946), el filósofo alemán da una definición de lo que sería la mercancía, en sus términos, esta es “un objeto externo, una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean” (Marx, 1946, p. 3). A lo que yo le agregaría, para propósitos de este trabajo, que dicha externalidad se puede encontrar en formato material o digital. Ahora bien, todo producto humano que mediante el intercambio se convierte en mercancía tiene una doble naturaleza: valor de uso y valor de cambio, la primera refiere a la utilidad que ese objeto puede tener, mientras que la segunda sería una medida cuantitativa de ese valor. Esta es una distinción importante para considerar en este trabajo, porque ¿Cómo explicar que algo que es pirata, cuyo valor de uso es prácticamente el mismo, tiende a valer menos que algo original?

Marx también escribió que las mercancías son determinadas cantidades de tiempo de trabajo humano cristalizado (Marx, 1946). Cuando se hace el cálculo del valor de las mercancías se tiene en cuenta el tiempo de trabajo humano socialmente necesario para producir y hacer circular cierta mercancía. Esto incluye todas las etapas y costos asociados al proceso, que pueden variar dependiendo del lugar, el costo de la mano de obra, la materia prima, la capacidad de producción,

la cultura, el territorio, el Estado y las leyes, entre otras cosas⁵. Cuando a un trabajador se le otorga un salario esto no se hace pagándole por todo el plusvalor o ganancia que es capaz de producir en su jornada, sino que se le paga de acuerdo con un valor establecido por la ley —en algunos lugares— que se llama tiempo de trabajo necesario. Además, existe una relación de explotación que se mantiene con el burgués o empresario que se apropia del plusvalor que ese mismo trabajador produce con su fuerza de trabajo. Es aquí donde aparece el concepto de plus-trabajo que refiere al tiempo de trabajo excedente que es realizado más allá del tiempo de trabajo necesario (establecido por la ley en torno al precio del jornal) para el pago de ese salario; por ejemplo, un trabajador puede producir el equivalente al pago de su jornada en una hora, sin embargo, el resto del tiempo que trabaja estará produciendo dinero para la persona que se queda con las ganancias de esa explotación.

Esa misma explotación que se da en la producción de las mercancías, así como la desposesión de los medios de producción por parte de la clase obrera y la desproporcionada acumulación que lleva a cabo la clase alta, son situaciones que de alguna manera se ocultan en el intercambio de mercancías. Generalmente, cuando alguien compra un objeto no lo hace cuestionando todo lo que pudiera ser reprochable en la cadena de producción de esa mercancía, no se sienta a pensar en si esa camisa es confeccionada en una fábrica que explota a sus trabajadores, quizás niños, con sueldos y condiciones precarias. Mientras los dueños de esa marca tienen el suficiente capital para no ser juzgados y para tener influencias en el poder político, afianzando así su posición y el dominio sobre la misma clase obrera, o si esa marca financia guerras al otro lado del mundo. Al salir al centro comercial para comprar casi nadie piensa en el robo de la plusvalía, ni en el plus-trabajo, ni en todas las indeseables consecuencias que puede tener la existencia del mercado que sustenta su demanda.

A ese ocultamiento de las relaciones de producción Marx lo llamó el fetichismo de la mercancía, este menciona que “el carácter místico de la mercancía no brota de su valor de uso. Pero tampoco de sus determinaciones de valor” (Marx, 1946, p. 37), lo que sucede es que, en el intercambio de mercancías, al equiparar los productos como valores se igualan también los

⁵ En algunos casos ciertas mercancías tienden a aumentar de valor en razón del aumento de la cantidad de tiempo invertido o la calidad de los materiales que pueden otorgar otras propiedades al objeto, por ejemplo, comprar objetos tejidos a mano es más caro que si fueran hechos con una máquina que los hace más rápido y por ende abarata los costos. Esta es una situación que no escapa al fetichismo asociado a la mercancía, sino que constituye una de sus formas, el fetiche por lo “artesanal”.

diferentes trabajos humanos que están detrás de esas mercancías. Entonces, el trabajo acumulado se convierte en una masa abstracta cuyo valor es equivalente a otra mercancía (dinero), así, las determinaciones de valor de esa mercancía y las relaciones que dan lugar a su producción desaparecen, se ocultan en el intercambio y el trabajo parece más una relación social entre objetos. Al comprar original o pirata el fetichismo es una realidad constante, sobre todo si se piensa que ese objeto místico puede otorgar la posibilidad de distinguir a su portador de los demás.

2. De la piratería y la distinción

Recuerdo que en mi infancia me gustaba mucho la música y las películas, vivía fascinado por la tecnología que poco a poco llegaba a mi hogar. Para principios del año 2000 teníamos un DVD en el que podíamos reproducir música y películas que veíamos en familia. En esa época acceder a dichas cosas no costaba más de dos o tres mil pesos, los CD se conseguían en todas partes, incluso en los semáforos, un fenómeno que el gobierno trataba de evitar con comerciales y propagandas en contra de la piratería que mostraban de forma cómica algunas consecuencias de comprar piratería y cerraban con el lema: “No apoye la piratería. Usted es tan legal como lo que compra” (CNTV, 2021)⁶. Al ver las películas era muy frecuente que en el transcurso salieran siluetas de gente que pasaba para sentarse o que se escuchara ruidos de personas que hablaban en el cine, cuestión que yo aún no entendía. Tampoco comprendía el por qué no éramos nosotros los que veíamos esa película en el cine, sin embargo, disfrutábamos de lo que había. Incluso guardábamos una colección de discos en su respectivo estuche, otras personas, como mi tío, tenían un lugar especial en un mueble junto al televisor para exponer todas las películas que coleccionaba. Era muy común que la gente tuviera su muestrario de películas o de música como el trofeo de su bagaje, como una segunda biblioteca, pero en otro formato.

De niño mis padres me vestían de forma bastante sencilla con aquello que se podían costear al ir a los grandes almacenes del centro de la ciudad como San Victorino o Plaza España. Siempre escuchaba que allá era más barato y se conseguía de todo, cosa muy cierta hasta el día de hoy. Aún recuerdo cuando fuimos a Plaza España por mis primeras zapatillas Puma california, eran

⁶ Referencia de antiguos comerciales. Aún se pueden encontrar en YouTube con el título: *Las aventuras del pirata* Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=HTonQ3JVqcg>

hermosas, de color blanco y tenían una línea verde a un lado que me hacía ver más “gomelo”⁷, me las llevé a casa y las guardé en un cajón porque eran el “estrene”⁸ para mi cumpleaños. El día que decidí sacarlas de su sagrado lugar la tinta verde se había escurrido manchando algunas partes de las zapatillas. Igual me las puse hasta que se rompieron unas semanas después. Mi tío se reía y me decía: “le salieron chinos”⁹, pero igualmente me servían para caminar. Con el tiempo vienen los cambios, llegan nuevas mercancías y producciones culturales, el mundo y la gente se transforma. Cuando tenía seis años un día llegó el computador a la casa y como decía mi padre: “cacharreando”¹⁰ se aprende”, cosa que con el tiempo sucedió. En esos mismos años existió algo llamado Ares, un programa para descargar música, películas y virus de forma gratuita e ilegal, cuestión desconocida para mí en esa época. Para un simple niño —que lo peor que había hecho era robarse las vueltas del mandado¹¹— era normal e inocente acceder a lo que quería escuchar sin pagar, después de todo ¿Quién no quiere conocer?

Solíamos jugar bastantes videojuegos, así que en la casa había una consola a la que se le ponían unos cartuchos, pero también se conseguían solo los chips con los juegos. Existía una jerarquía de valor y de cuidado en esos cartuchos, había unos llamados “originales”, muy valiosos según se me decía, y estaban los otros: los “chiviados”¹² o “piratas” que no tenían tanto valor y se dañaban más rápido, esos últimos tenían un estatus diferente, como todo aquello a lo que se le pone ese rotulo. Es justo esa *distinción* o *estratificación* que se le da a las mercancías la que siempre me produjo inquietud, no podía entender cómo o por qué existía, sólo sabía —por boca de otros— que había algo que hacía que lo que tenía la misma forma, contenido y función fuera distinto, incluso mal visto, marginado e ilegal. Dicho lo anterior vale la pena preguntarse: ¿qué se entiende por la palabra piratería en el contexto actual de la Bogotá del siglo XXI?

⁷ Palabra asociada a una forma de ser y vestir común en la gente que tiene capital económico.

⁸ Refiere a la ropa nueva que se usa en una ocasión especial.

⁹ Anteriormente en el ideario social había una percepción que la gran mayoría de la piratería provenía de china, por eso se usaba esa expresión de modo despectivo, aunque hoy día ya no es muy frecuente.

¹⁰ Cacharrear es sinónimo de aprender con la práctica.

¹¹ En nuestro contexto refiere a la acción de quedarse con el dinero que sobró de una compra que te mandaron a hacer.

¹² En Colombia es muy frecuente que al hablar de mercancía pirata usemos el adjetivo “chiviado”, por ejemplo: “esos tenis son más chiviados que billete de tres mil”. Esa palabra en nuestro contexto tiende a sonar de modo despectivo, con una connotación negativa, como infravalorando al objeto por sus características y proveniencia, o en ocasiones al mismo dueño que no factura lo suficiente para adquirir algo original.

Hay un cambio continuo en la historia del concepto de piratería, lo que alguna vez fue la piratería marítima no es un uso del término que resulte habitual en nuestra época¹³. La piratería ha tenido toda una transformación en sus métodos, en la forma de vivirla, pensarla y entenderla por parte de las personas. Con la invención de la imprenta en el siglo XV apareció la piratería intelectual, con la imprenta se logró reproducir todo tipo de textos y hacerlos más accesibles. De este modo el significado de la piratería fue cambiando con los siglos, empezó a ser relacionada con la reproducción o falsificación de mercancías de todo tipo, situación que puso de manifiesto fuertes debates sobre el derecho de autor y la propiedad intelectual. Ahora bien, la manifestación de esas discusiones y la regulación de dichas prácticas fue una cuestión que la legislación colombiana empezó a tomar en cuenta. Hoy en día cuando se habla de propiedad intelectual se distingue los derechos de autor que protegen a la persona y la obra, y los derechos de propiedad industrial que se refieren a la producción y distribución de una marca registrada o patentada. Sin embargo, para nadie es un secreto que se puede piratear desde una obra de García Márquez hasta la última línea de zapatillas Nike en edición de lujo, o el mismo software que estoy usando para escribir esta investigación.

Para finales del siglo XIX se empezaron a formar tratados internacionales, en los que se buscó la articulación de redes de apoyo y de debate internacional para combatir el fenómeno de la piratería, en ese momento muy ligada también a el robo de inventos e investigaciones. La “necesidad” de esa lucha se vislumbra desde el Convenio de París en 1883 que se enfocaba en la protección de patentes y la propiedad industrial. Asimismo, como el Convenio de Berna de 1886 que procuraba la protección de los derechos de propiedad intelectual en obras artísticas y literarias. Este último fue ratificado por Colombia en 1988. En 1967 nace la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), organismo internacional que recoge los convenios de Berna y de París para articular una red internacional que promueve el apoyo y protección de la propiedad intelectual. Esta entidad tiene un glosario en el que define a la piratería como: “la reproducción de obras publicadas o de fonogramas por cualquier medio adecuado con miras a la distribución al público y también la reemisión de una radiodifusión de otra persona sin la correspondiente autorización” (OMPI, citado por Barbosa, 2005, p. 6). La definición que otorga la OMPI trae a colación varias cuestiones con las que se puede ir delineando el concepto: primero, la piratería es

¹³ Hoy en día la única relación que podría tener la piratería con los mares es en la medida en que estos se usan para llevar Containers llenos de mercancía de un continente a otro.

reproducir algo creado por alguien y en tanto que ese algo es una invención le adjudica ciertos derechos a su creador; segundo, la existencia de una autorización necesaria que falta para reproducir y distribuir algo.

Actualmente en Colombia la piratería se considera un delito con penas de dos a cinco años de prisión, dependiendo de la gravedad, y multas de veinte a doscientos salarios mínimos para quien incurra en faltas contra el derecho de autor (Código Penal Colombiano, 2000, Art. 270-271). Incluso para el año 1999 se firmó el Convenio Anti-Piratería que reúne a diversos entes públicos y privados de diversa índole, por ejemplo instituciones del Estado como la DIAN, la Policía Nacional, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Comunicaciones, el DAS y la Fiscalía General de la Nación que tienen competencias para tratar este tema y a diferentes asociaciones gremiales como la editorial, cinematográfica, del software o la televisión, entre otras, que se ven afectadas por esta misma problemática. Todo para tratar de articular redes de apoyo para fortalecer el derecho de autor y de propiedad industrial combatiendo “las malas prácticas de la piratería”¹⁴.

Ahora bien, la forma que tienen las mercancías ya no es la misma que hace varias décadas, también se debe incluir lo digital, esto hace parte de uno de los usos más comunes del término, pues, en esta época es muy frecuente encontrar en internet todo tipo de alternativas para acceder a contenidos que están protegidos, o para descargar un software cuyas licencias son inexistentes o de dudosa procedencia. Entonces, se puede definir a la piratería (material y digital) como la compra, consumo, producción y distribución de mercancías que son una reproducción de otra original que está protegida por la propiedad intelectual. De modo que sus características o condiciones de producción y distribución no corresponden a las previstas por el autor o la empresa dueña de los derechos asociados a esa mercancía, ya sea con fines lucrativos, de sabotaje o de distribución masiva¹⁵. Ahora bien, nuestra sociedad es un mundo muy amplio y variado que tiende a crear estratificaciones y distinciones que paulatinamente se corresponden con una estructura jerarquizada que sistemáticamente clasifica y ordena todo y a todos. Esto según ciertos criterios

¹⁴ En este y otros apartados uso las comillas en un sentido irónico.

¹⁵ Para propósitos de este trabajo decidí dejar por fuera del concepto de piratería algunos otros delitos que inicialmente (en tiempos antiguos) fueron asociados a ella, como la trata de personas, el robo directo, el esclavismo, el tráfico de sustancias ilícitas, y también (aunque hay espacios comunes con la piratería) el contrabando. Esto lo hago dado que actualmente se tratan esas problemáticas de forma separada y con marcos legislativos distintos a los de la piratería, es decir, se tratan como fenómenos aparte.

que valorizan más a unos y a otros dependiendo del lugar que ocupen es esa misma estructura. Uno de los criterios que tiende a crear distinciones sociales son las formas de consumo asociadas a cada persona. Parte de mi trabajo es mostrar cómo se dan y se viven esas distinciones en relación al consumo de piratería.

Para Bourdieu (1988) los productos culturales tienen sus propios campos de producción y consumo, este último ejerce un importante papel en la producción, ya que hay un componente social que termina postulando lo que es deseable, útil o necesario, así como su correcto modo de apropiación. De manera que las cuestiones del gusto y la distinción empiezan a jugar un papel central en esa dinámica de creación y apropiación de la cultura. Además, las producciones culturales tienden a funcionar como sistemas de diferencias que permiten ahondar en las distinciones sociales que emanan de su posesión o deseo. Considero que la piratería refleja mediante la imitación de características —inicialmente atribuidas a los objetos originales— el anhelo de un sector de la sociedad por el acceso a ciertos productos que aún están fuera de su alcance. Una cuestión del deseo por acumulación de capital simbólico¹⁶ que resulta asociado al capital económico¹⁷ que permite adquirir eso, al capital cultural¹⁸ que da nociones de ese objeto, y finalmente, al capital social¹⁹ que puede otorgar esa acumulación. En ese sentido, el deseo por lo original se funda en las características que los sujetos atribuyen a los objetos y que creen que estos les pueden otorgar (capital objetivado²⁰ y capital incorporado²¹). Por lo cual, eso es lo que sustenta la producción y consumo de una contraparte de esa mercancía original que le resulta más accesible a cierto sector de la sociedad que guarda en su corazón el deseo de distinción, de salir de su condición y subir en la escalera de los estratos sociales, buscar un “mejor estilo de vida”. En

¹⁶ Entiéndase por capital simbólico la acumulación intangible de poder y reconocimiento, es decir legitimidad del ser y de su rol en el mundo. Esta forma de capital se fundamenta en las relaciones sociales que dan sentido o significación del mundo.

¹⁷ Capital económico = acumulación de capital dinerario.

¹⁸ Refiere a esa acumulación cognitiva que resulta de procesos de aprendizaje e incorporación del conocimiento y de diferentes elementos de la cultura en sus diversas formas. Esta forma de capital está desigualmente distribuida en el campo social, de ahí que se generen distinciones desde esa acumulación.

¹⁹ Esta forma de capital resulta de las relaciones sociales e implica conexiones entre personas, esas mismas conexiones resultan valiosas dentro de la dinámica del capital, conocer a ciertas personas puede facilitar un negocio, o conseguir favores, privilegios, detentar cierto poder, etc.

²⁰ Suma de cualidades y determinaciones que distinguen a un objeto de otro y le confieren mayor valor económico o cultural.

²¹ Refiere a las cualidades que un objeto le otorga a su poseedor, por ejemplo, el poder simbólico que un bastón de mando le da a un chamán dentro de su comunidad.

relación a ello dice Bourdieu que “el estilo de vida de las clases populares se caracteriza por la presencia de sustitutivos en rebaja de muchos de esos bienes especiales -espumosos en lugar de champán, sky en lugar de cuero, litografías en lugar de pinturas” (Bourdieu, 1988, p. 393), hoy en día, mercancía pirata en lugar de original.

Ahora bien, ¿cómo funciona esa *distinción*? La cultura²² y la vida son espacios de lucha simbólica, es decir, un campo de batalla en que las diferentes clases sociales se encuentran enfrentadas en una cierta pugna por la acumulación y la imposición de un estilo de vida que se considera como “legítimo o deseable”, esa lucha tiene en su corazón la búsqueda del monopolio de lo que Bourdieu denomina: “emblemas de la “clase”, bienes de lujo, bienes de cultura legítima o modo de apropiación legítima de esos bienes” (Bourdieu, 1988, p.). Por ejemplo, cuando algo se vende y se clasifica como pirata se hace desde una correlación con su contraparte “original”, se le distingue a partir de sus dinámicas de producción, distribución, apropiación, y, además, por el tipo de persona o clase para la que se produce esa mercancía. De ese modo el consumo de mercancía pirata —que suele ser más barato— se ve relegado mayoritariamente a una clase social que resulta no ser poseedora del capital que le permite la posibilidad de ostentar un consumo restringido a los productos originales, mismos que guardan en su misticismo esa aura de poder distinguir a su poseedor en razón de su capital²³. Sucede lo contrario con los productos originales, en un contexto en el que vivir consumiendo solo productos de ese tipo es una cuestión de lujo, es evidente que la clase alta es la que más tiene la posibilidad de acumular ese tipo de objetos. En conclusión, para distinguir a algo como “superior” se debe relacionar o comparar con otra cosa para tener idea de en relación a que y según qué criterios, ahí entra la piratería como esa mercancía que consumen los que no tienen dinero suficiente para adquirir lo original. Al respecto del lujo y los gustos de libertad económica dice Bourdieu: “no pueden afirmarse como tales más que en relación con los gustos de necesidad” (1988, p. 53). Un buen ejemplo es que en Colombia es común escuchar en la cultura popular y cotidiana a personas tratando de enarbolar su status usando la oración: “es original”.

Dicho lo anterior, vale la pena recordar la noción de “*habitus*” de Bourdieu (1988) para profundizar más en este tema. El sociólogo francés explicó que el *habitus* sería un principio

²² Concepto mejor profundizado más adelante en otro apartado.

²³ Esta es una afirmación cuyo sustento se encuentra en una investigación cuantitativa que yo realicé y que aparecerá en el segundo capítulo con todos sus detalles.

generador de prácticas enclasadadas que funcionan como sistemas de enclasmamiento, es decir, determina, regula y produce formas de pensar y actuar en los diferentes campos que los pertenecientes a cada clase social frecuenta como parte de su estilo de vida. Es decir, el *habitus* sería una cierta regularidad en los esquemas de percepción y de comportamiento que un sujeto desarrolla en diferentes ámbitos. Ligado a ese enclasmamiento está la búsqueda del desclasamiento, que consiste en intentar cambiar el rol o lugar que el sistema de clases impone para tratar de ser parte de una clase distinta a la que se nació. Por ejemplo, la educación es una práctica que tiene ese potencial de desclasamiento, se cree que al acumular capital cultural se pueden encontrar mejores oportunidades de vida, o al menos esa es la idea implantada en el ideario común. Mostrar la manera en la que el consumo puede enclasar o tratar de desclasificar a los sujetos es parte de este trabajo. Sumado a lo anterior, el *habitus* tiene esa doble instancia de lo objetivo —que se da en las instituciones y espacios delimitados para el discurrir de aquellos que tienen cierta posición— y el subjetivo —que refiere a esas formas de pensar, sentir y vivir—. En últimas, todo aquello que determina interna y externamente cierto estilo de vida.

Las prácticas que engendran los distintos *habitus* se presentan como unas configuraciones sistemáticas de propiedades que expresan las diferencias objetivamente inscritas en las condiciones de existencia bajo la forma de sistemáticas variaciones que, percibidas por los agentes dotados de los necesarios esquemas de percepción y de apreciación para descubrir, interpretar y evaluar en ellos las características pertinentes, funcionan como estilos de vida. (Bourdieu, 1988, p. 170)

Así, sostengo que la existencia de la piratería funciona también a modo de objeto de distinción de clases, al estar contrapuesto a lo original, pues, en nuestra cultura se tiende a asociar a lo original con calidad y status dados los altos costos de su adquisición. Precios que no siempre son costeables por el grueso de la población, por personas que viven para llegar a fin de mes y cuyos sueldos no alcanzan, por ejemplo, para comprar un par de zapatos Adidas originales que cuestan un salario mínimo o más, o para pagar las licencias de un paquete de office que apenas usan un par de veces al año. Cabe señalar que: “La clase social no se define sólo por una posición en las relaciones de producción, sino también por el *habitus* de clase que “normalmente” (es decir, con una fuerte probabilidad estadística)²⁴ se encuentra asociado a esta posición” (Bourdieu, 1988,

²⁴ Es importante tener en cuenta la existencia de casos particulares que se escapan a esa probabilidad estadística, en el caso de mi encuesta se pueden evidenciar casos aislados de personas de clase alta que acuden a la piratería para conseguir cosas que por X o Y razón no desean consumir de forma legal, ejemplo, una persona de estrato 5 que acude a la piratería para acceder a material académico necesario en sus estudios.

p. 379). De modo que pertenecer a la clase dominada no solo implica trabajar para la clase dominante desde la desposesión de los medios de producción, sino que además, está esa incorporación de formas de actuar, de pensar, es decir, vivir, que se encuentran permeadas y/o moduladas por la lógica de las clases sociales que es un resultado de la hegemonía.

¿Qué es?, y ¿Qué implica esa hegemonía? En el caso de Gramsci (1981) la hegemonía es el núcleo de ideas dominantes en una época específica. Lo que desde la interpretación de Chantal Mouffe (1988) significa que la hegemonía en cada sociedad sería esa dirección política, intelectual y moral que mueve a esa sociedad, en ese sentido la hegemonía implica: primero, una articulación (en la política) de las voluntades de la sociedad en manos de quién ostente la hegemonía, es decir, la clase que sea dominante; y segundo, esa dirección intelectual y moral que genera o produce el panorama ideológico que fundamenta esa voluntad social y su articulación. Para Gramsci la ideología sería una práctica que produce sujetos, los forma y determina de acuerdo a los postulados que la hegemonía promueve al interior de la cultura y que se hacen parte de ellos (Mouffe, 1988). Desear el último iPhone y ropa de marca hecha a medida no es algo que me apetezca de manera natural, no es como alimentarme o dormir, es el resultado de un proceso de incorporación de una forma de desear y consumir que es consecuencia de crecer en este contexto específico.

La hegemonía articula los elementos ideológicos más importantes de una sociedad, es por eso que funciona como un espacio de lucha en el que ciertos principios hegemónicos (aburguesados o populares) se contraponen y tratan de promover sus intereses desarticulando, articulando y rearticulando elementos ideológicos diversos, es decir, formas de entender y vivir distintas. No obstante, lo que está en juego en esa lucha no es cualquier cosa, es la posibilidad de apropiación de: “los elementos ideológicos fundamentales de una sociedad dada, aquellos que constituyen su “imaginario social” y que son el resultado de toda su historia y de un conjunto complejo de tradiciones y de luchas” (Mouffe, 1998, p, 132), es decir, la posibilidad de transformar esos elementos ideológicos para poder postular, desde el control de la hegemonía, la definición de la realidad, una forma de ver y entender el mundo. En últimas, la posibilidad de promover una forma de ser/consumir. Se trata de una búsqueda por controlar el aspecto cultural e ideológico de una sociedad junto con su estructura política, desde ese control se puede definir lo correcto y lo incorrecto, lo legal y lo ilegal, lo que se puede y desea consumir y lo que no. Desde la hegemonía, haciendo uso de un ejercicio de poder, se puede postular y determinar quién es un pirata criminal y quién un “ciudadano de bien”.

La crudeza de la vida y los continuos impaces de ella han sido los mejores maestros que he podido tener. Las enseñanzas que se graban con dolor en la carne y en la consciencia muchas veces fueron el insumo desde el cual mi pensamiento se nutrió para producir, desde la autenticidad de su experiencia cotidiana, reflexiones que de algún modo vislumbran los engranajes que mueven la máquina que produce ese dolor. Por eso recorro a mi propia experiencia de clase para denotar desde ella y su contraparte aburguesada: la distinción y el *habitus*. En el mes de abril del año 2024 fui contratado (temporalmente)²⁵ como auxiliar de obra civil en el Club el Nogal —otra vez trabajando para la élite parasitaria pensé— un espacio diseñado exclusivamente para el disfrute, la reunión y el descanso de algunas de las personas más adineradas y poderosas del país. Es decir, grandes empresarios, terratenientes, banqueros, expresidentes, congresistas, senadores, gente con mucho capital económico y social²⁶, en últimas, la élite. En ese lugar pude presenciar, o cuanto menos vislumbrar, lo que sería el estilo de vida de la clase dominante. La distinción y la brecha de desigualdad se hizo una cuestión muy palpable para mí. De rodillas rayando pisos y limpiando paredes empezó el turno. Un pasillo muy largo ornamentado en todos sus detalles en color dorado, con paredes de mármol y suelos con baldosa de la más fina —de esa que si llego a dañar me puede dejar sin sueldo y endeudado—, con obras de arte moderno y contemporáneo —algunas traídas de Europa y de valores exorbitantes— dignas de un museo. Mientras estaba allí de rodillas —aguantando el dolor de espalda y trabajando para que la élite tenga un lindo pasillo para caminar hacia la sauna luego de recibir un masaje— me puse a pensar sobre el espacio en el que estaba y todo lo que implicaba la existencia y manutención de este. ¿Acaso estaba en otra ciudad? Al caminar en búsqueda de mi almuerzo pasé frente a la tienda de deportes que estaba frente al gimnasio. Algo me llamó la atención y pensé: “¿una pantaloneta de trescientos mil?, ¿unos tenis de más de cuatro millones?, ¿a quién carajos se le ocurre pagar eso?”. Reflexioné sobre el espacio y sus dinámicas, tuve la certeza de que la piratería y el Club el Nogal son disonantes, quizá excluyentes. Consumir allí es una cuestión de clase, pues, es un lugar en el que el nepotismo, el poder y el dinero no bastan, hay que tener “nombre” y capital social para poder pertenecer, no solo la mensualidad de un par de millones y los más de cien que hay que dar para tener acciones. Todo

²⁵ Del mismo modo que gran parte de los jóvenes de este país: voy saltando de empleo en empleo (precarizado) mientras termino mis estudios y consigo un trabajo que difícilmente me darán por falta de experiencia.

²⁶ En el pasado visitado por paramilitares al servicio de cierto sector político privilegiado. Véase la serie documental “Matarife” (2020) de Daniel Mendoza Leal donde se documenta esto. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=V2m2WA70fM4&rc=1>

se resume en una cuestión de acumulación de capital simbólico, cultural, social y económico que solo la élite puede tener. En ese sentido nada de lo que se vende o consume ahí es pensado para gente como yo, excepto las máquinas dispensadoras que inflan los precios de las cosas, eso sí es para el trabajador promedio. La gran mayoría de lo que se vende y consume en el Club el Nogal es capital simbólico, es la *distinción* lo que se paga, además del *fetiché* y el costo excedente asociado a ese lujo.

Entrar donde no todos los ricos pueden entrar solo me fue posible en calidad de trabajador precarizado. ¡¿Qué hacen los intelectuales rayando pisos para la élite?! — Estudiándola, odiándola y tratando de sobrevivir—. Esa limitación en la capacidad adquisitiva es lo que de alguna forma está en la base de la distinción, las clases sociales tienen todas ellas lógicas de consumo ligadas a su necesidad o libertad económica, cada una tiene una percepción de lo que resulta “necesario” o “deseable” dentro de su estilo de vida. Escribió Bourdieu que “La locura de los unos es la necesidad primera de los otros” (1988, p. 382), claro, para un estudiante de universidad pública, que vive en un barrio marginal estrato 1 y que los viernes se reúne con sus amigos a beber Cachaça²⁷ de catorce mil pesos (porque a veces no alcanza para más), me resulta toda una locura gastarse doce millones de pesos en una botella de alcohol como un socio cualquiera del Nogal haría en una reunión entre capitalistas.

La lógica de consumo y las necesidades de clase son muy diferentes. En mi caso no van más allá de concebir la “utilidad”, que sea “accesible”, que se le saque el máximo provecho al escaso dinero que se reunió, en últimas, que sea “bueno, bonito y barato”, como se nos acomoda mejor a las clases populares. Caso distinto al tipo que necesita ostentar su capital económico y cultural en una reunión entre capitalistas en la que se pone en juego una dinámica de acumulación continua, o un posible negocio multimillonario entre personas “refinadas” o “distinguidas”. Al respecto de esas lógicas de consumo, evidentemente diferenciadas, escribió Bourdieu:

muchos de los gastos de los denominados ostentosos no tienen nada que ver con el despilfarro, y además de ser obligados elementos de un cierto tren de vida, son casi siempre -como la recepción con motivo de la petición de mano- una excelente inversión, que permite acumular capital social. (1988, p. 382)

²⁷ La Cachaça es una bebida alcohólica (destilado de Corote) de muy bajo costo y de alto porcentaje de alcohol (39%) que comúnmente es consumida por personas de escasos recursos, sobre todo estudiantes de universidad pública. Dicha bebida en Colombia es en su mayoría pirateada y traída de contrabando desde Brasil, aunque aquí en Bogotá también hay sitios clandestinos destinados a su imitación.

Aparte de esas lógicas de consumo (ligadas al aspecto subjetivo del habitus) también existen esas diferencias objetivas, muy perceptibles, que incluso establecen espacios de consumo diferenciados. Si una persona de clase popular piensa en comprar ropa no piensa en ir al Norte, al Centro Comercial Andino²⁸ a comprar su “estrene”, puede que lo haga en una calle llena de comercio cerca de su barrio o en el centro de Bogotá, donde se pueden conseguir precios bajos y ropa de todo tipo: original o pirata en diferentes calidades. Por ejemplo, en zapatos hay desde la copia AA, AAA²⁹ o 1.1, replicas desde las más descaradas y chambonas³⁰, hasta las que se confunden con la mercancía original.

La necesidad es una dura bofetada, es el inexorable encuentro con aquellas limitaciones humanas y materiales que siempre estuvieron a la base de la experiencia. Es ella quien impone un cierto gusto profundamente incorporado en el ser de la clase popular que se resigna a una lógica de consumo mediada por el principio de conformidad que dicta, con cierta frialdad, lo que es posible comprar en el momento y lo que se desea comprar algún día (aunque sea con deudas) para rasguñar el estilo de vida de la clase alta. Mientras que, en el caso contrario, cuando se pertenece a cierta clase (alta) y se tiene la posibilidad de gastar sin preocuparse por el dolor en el bolsillo, la lógica detrás del consumo es distinta, por ejemplo, que sea de más “caché”³¹, que sea escaso y que no cualquiera lo pueda tener, que sea “original”, que sea una edición de lujo o limitada, que tenga materiales exclusivos, etc.

El distanciamiento y la negación cotidiana del estilo de vida percibido por el burgués como “vulgar”, “inferior”, “servil” o del “populacho”, implica —para ese mismo burgués— la afirmación de su refinamiento, del lugar que ocupa en el espacio social, de su capital, de su círculo social, de la legitimidad de su ser y su educación (a todas luces un privilegio enclasante). Por esa razón, restringir el consumo a solo mercancía original resulta en un proceso de acumulación de capital simbólico, es parte de esa afirmación de sí mismo que hace el burgués desde la negación del otro. Mientras eso sucede, en las clases menos favorecidas persiste una cierta incorporación de las lógicas o esquemas de percepción de la clase dominante, o más bien, una naturalización y

²⁸ En este momento conocido como el más caro y exclusivo de Bogotá.

²⁹ Esta clasificación es usada para definir la calidad de la imitación, en ese sentido la AA es una copia muy burda, la AAA es un poco más cercana al original y la 1.1 es prácticamente igual, casi indistinguible del original.

³⁰ En Colombia esa palabra se refiere a algo hecho de manera descuidada, sin mucho detalle, o a una persona torpe o tosca en alguna actividad.

³¹ Expresión del argot colombiano que refiere a algo de buena calidad o elegante, distinguido.

normalización de los roles y las distinciones que la hegemonía postula, lo que de algún modo siempre carga a los miembros de la clase menos favorecida de un sentimiento de rechazo con respecto a una forma de ser y vivir limitada en su capacidad económica, justamente la base de la búsqueda por el desclasamiento ligada al consumo de mercancía con el rotulo de “original”. Es como si la sociedad y la industria cultural (Adorno & Horkheimer, 2007) (con el uso de toda su propaganda) promovieran una forma de ser y consumir a la que se debe aspirar para sobresalir, para encajar, para ostentar, para ser lo que hay que ser y tener lo que se debe tener. Como si los sujetos necesitaran salir de su condición para ser y acumular lo que los privilegiados tienen para poder serlo también. He aquí la incorporación y normalización de las lógicas de consumo que la industria cultural fomenta postulando dentro del ideario social aquello que se asume como el arquetipo de vida, o la forma de ser y vivir a la que uno debe aspirar, en otras palabras, lo que se debe hacer y consumir.

Anteriormente, hice alusión a la idea de que la búsqueda y consumo de mercancía original supone también un capital cultural que otorga a la persona ciertas nociones sobre la mercancía. Esto es así dado que consumir a veces puede ser una actividad complicada, no solo se reduce a buscar lo que necesito a un buen precio. Hay situaciones en las que acercarse a las mercancías o productos culturales se torna en un proceso de lectura o desciframiento del objeto y sus propiedades. Es procurar decodificar todo lo que ese algo pudiera decirme más allá de lo que mis sentidos captan para evitar que me puedan estafar verificando que se me venda lo que busco, y si lo que se busca es distinción, es menester saber diferenciar el producto pirateado del original, así como también reconocer ciertas determinaciones que dan lugar a su valor. En el caso de un libro, por ejemplo, si la editorial y la traducción son buenas, si los materiales son duraderos, si la tapa es en pasta dura, si las notas del traductor son precisas, si trae la paginación marginal, o qué tan raro es, cuánta influencia histórica tuvo, o si es primera o segunda edición, etc. Lo central aquí es que “ese acto de desciframiento o de decodificación implica la aplicación de un patrimonio cognitivo de un código cultural” (Bourdieu, 2018, p. 233), que es previamente incorporado y que, al funcionar como capital cultural, al estar desigualmente distribuido en el espacio social, también otorga beneficios de distinción.

Ahora bien, el capital cultural que cada uno posee es el resultado de diferentes procesos de formación que van determinando, modulando, construyendo al sujeto en sus formas de pensar y de desear, de ese modo nuestra educación familiar, escolar, universitaria, autodidacta o social, va

teniendo un lugar importante en esa dinámica de conocimiento, deseo y adquisición de los productos culturales. No es lo mismo nacer en una familia adinerada donde vestir con las marcas más top es de lo más normal, a nacer en una familia donde incluso te tocó heredar la ropa de tu hermano mayor. En el primer caso es más factible que haya un saber incorporado sobre marcas de lujo o la moda del momento, a diferencia del segundo caso, en el que es posible que aprender de marcas no sea una cuestión tan relevante a la hora de vestir. Ese capital cultural se caracteriza por estar más allá de la mera necesidad económica, pues “la disposición estética supone una distancia con respecto al mundo que constituye el principio de la experiencia burguesa del mundo” (Bourdieu, 1988, p. 51). En ocasiones sucede que para conocer ciertas cosas en profundidad se necesita la posibilidad de tener: el tiempo, cierta cercanía con el objeto, y las condiciones materiales necesarias para ese conocimiento.

En resumen, la piratería tiene un lugar o estatus muy particular dentro del mundo de las mercancías, por un lado, es ilegal, como muchas otras, por ejemplo, las drogas, pero, sus dinámicas de producción y adquisición no resultan tan alejadas de la vida cotidiana de muchas personas que la consumen como resultado de la necesidad y la conformidad que las limitantes económicas imponen. Es decir, no es que su ilegalidad implique una marginación tan contundente, más bien hay una normalidad insoslayable y tan cotidiana que ya resulta casi imperceptible. Por otro lado, también funciona a modo de marco de referencia en cuanto a la distinción social que de su posesión emana, es decir, el *habitus* y la clase asociada a su consumo. Lo que me parece curioso de todo este panorama es la legitimidad que la ley impone sobre ciertas formas de consumo, por consiguiente, de ser y vivir, mientras condena otras que casualmente son más cercanas a la clase popular. De modo que la relación entre la piratería y los sujetos da lugar a dinámicas de poder en donde las decisiones de consumo, en contraposición a su prohibición, resulta en procesos de subjetivación³² cuya descripción me intriga.

³² Un proceso que en este capítulo ya ha sido enunciado y descrito desde ciertos matices a modo de introducción, pero que será explicado y tratado con mayor profundidad en los próximos capítulos. Por ahora es prudente entender la subjetivación como un proceso en el que se da forma a un tipo de sujeto determinado.

Capítulo 2.

Una mirada estadística de la piratería

Crímenes sin castigo y criminales señalados.
 Sujetos ansiosos de saber y poseer son por ley marginados.
 Hay unos que tienen, compran y poseen, esos son legitimados.
 Hay otros que piratean y rebuscan, son los rebajados.
 Hay unos que se encargan de perseguir,
 Y como criminales salen a consumir.
 Unos hablan de moral y de no robar,
 Pero si está muy caro prefieren piratear.
 Y mientras unos se vanaglorian con la cultura comprada,
 Otros se educan con la que fue robada.

En el siglo XVIII aparece el Estado Moderno, una forma de poder mucho más robusta en comparación con las que existían antes, un poder más totalizante e individualizante. Según el filósofo francés Michael Foucault (1991) el Estado es un ente capaz de un control aplicado a la vida cotidiana, que de alguna forma marca al individuo, le construye una identidad, lo clasifica y le impone leyes y conocimientos que debe encarnar y que los demás pueden reconocer en él. También, el Estado es un poder capaz de dominar tanto al individuo como a toda la población desde diferentes aparatos (institucionales y no institucionales), en los que el sujeto va transitando día tras día en diferentes etapas de su vida. Dicho lo anterior, Foucault (1991) propone dos significados para la palabra sujeto —que bien podrían corresponderse con dos formas de dominación que se ejercen desde diferentes lugares, aunque se implican mutuamente—, a saber, una implica determinaciones externas, mientras que la otra supone unos ejercicios de auto-disciplinamiento. El sujeto puede ser: primero, un sujeto —valga la redundancia— sujetado a alguien o a un dispositivo desde una relación de control o de dependencia; y segundo, el sujeto ligado a sí mismo, controlado per se, por su identidad y su consciencia. En sus palabras: “Ambos significados sugieren una forma de poder que subyuga y crea sujeto para” (Foucault, 1991, p. 60). Así pues, el poder en Foucault (1991) tiene la capacidad de crear sujetos, de producir y modificar sus conductas ejerciendo el control, ya sea a nivel individual y colectivo.

Pensar en el sujeto y las relaciones de poder que lo determinan —desde esas dos perspectivas: individual y colectiva— me llevó a la idea de que para obtener más conocimiento del fenómeno —de la piratería en Bogotá y los procesos de subjetivación— lo más adecuado era recolectar datos para describir y analizar el fenómeno de dos maneras. La primera forma fue por medio de una encuesta, es decir, algunos datos estadísticos que me brindaron información sobre algunas preguntas como: ¿qué tan común es la piratería?, ¿en qué estratos socioeconómicos es más

frecuente el consumo de productos piratas?, ¿cuáles son las razones que pueden llevar a alguien a consumir piratería?, ¿cuáles son los productos que más se consumen?, ¿cuáles son las percepciones de las personas al consumir piratería?, ¿hay un aumento de la piratería con relación al progreso de la tecnología en nuestra época?, ¿cuál es la percepción que tienen las personas que habitan Bogotá sobre la piratería?, ¿qué tanto conocimiento tienen las personas sobre las leyes existentes?, o su percepción de: ¿cuál debe ser el estatus legal de esa práctica?, entre otras cosas. El propósito de recolectar esos datos fue conseguir un conocimiento empírico, datos primarios, de cómo se vive a nivel social ese fenómeno y teorizar sobre los procesos de subjetivación colectiva que se dan allí; este capítulo abordará esa parte. La segunda manera es individual, como puede deducirse de algunas ideas presentadas en el capítulo anterior, es un acercamiento auto-etnográfico que consiste en presentar desde mi propia experiencia —en tanto sujeto— el cómo se da esa subjetivación desde el consumo y las decisiones individuales que cruzan, de manera cotidiana, esa doble frontera entre lo legal y lo ilegal. En totalidad, la idea es ahondar en las experiencias que van dando forma a ese sujeto, a ese pirata cultural, para denotar otros matices como los significados y las prácticas cotidianas que son parte de ese fenómeno, y que no se podrían captar de otro modo si no es experimentándolo de manera directa. Considero que la autenticidad de mi experiencia y la cercanía con el fenómeno enriquece este trabajo, así como la recolección de datos empíricos a través de la encuesta.

Por consiguiente, este capítulo tiene como objetivo presentar y analizar los datos recolectados en una encuesta que desarrollé. No obstante, primero haré algunas aclaraciones sobre cómo se crearon las preguntas y cómo se reunió la muestra. En un principio, pensé sobre lo que quería captar de la cultura bogotana y planteé algunas preguntas que apuntaban a elementos como: la percepción de las personas, las relaciones de clase que allí se presentan, la magnitud del fenómeno y los hábitos de consumo, entre otras cosas. Para obtener una muestra grande y no hacer tediosa la encuesta para las personas decidí limitarme a la selección múltiple. Para evitar posibles sesgos en las respuestas e incluir aquellas que yo hubiese pasado por alto me acerque a diferentes personas: de mi familia, de mi grupo de amigos, de la universidad, del trabajo y de las calles de Bogotá, con el propósito de sopesar y discutir posibles respuestas alternativas, además, de definir cuáles preguntas eran más relevantes para mi trabajo. Entonces, la construcción de la encuesta es el resultado de un trabajo colectivo en el que las personas podían escoger entre una amplia gama de opciones las que mejor se ajusten a su situación. Por ejemplo, consumir piratería por razones

políticas o sentirse menos que los demás al hacerlo, ambas son respuestas de preguntas diferentes que yo no había contemplado, pero, que hacen parte de esa realidad social.

La manera en la que decidí recolectar los datos fue hacer la encuesta a modo de bola de nieve, se la envié a muchos contactos, entre ellos algunos familiares, amigos, conocidos y compañeros de la universidad. También, se compartió en algunas redes sociales como Facebook e Instagram, solicitando a las personas que la contestaban que la enviaran a más gente cercana a ellos. Finalmente, lo que hice en varias oportunidades fue ir a algunos puntos de la ciudad como: la zona del Centro, en Chapinero y en el Sur (barrio San Francisco Compartir en la localidad de Ciudad Bolívar, lugar donde crecí y actualmente vivo), para encuestar personalmente a las personas con las que me cruzaba por la calle. Así, logré extender la muestra mucho más allá de mi círculo cercano. Lo que me permitió conseguir respuestas de personas de diferentes edades, géneros, clases sociales, y con opiniones diversas. Una situación que producía interesantes debates y pláticas relacionadas al fenómeno de la piratería, y que me permitió obtener datos estadísticos que sirven a modo de insumo y de soporte para mi trabajo teórico. Mi propósito es hacer un estudio de la sociedad y de la cultura bogotana describiéndola en su cotidianidad, y además hacer filosofía con un sustento que haga referencia directa a ese contexto específico. No se trata de hacer teoría a modo de entretenimiento de una forma desapegada del mundo real (como muchos “filósofos” de mi contexto lo hacen), sino pensar en lo real desde la experiencia concreta para teorizarla y cambiarla. Al igual que Marx considero que: “los filósofos sólo han interpretado al mundo de distintas maneras; de lo que se trata es de *transformarlo*” (Marx citado por Echeverría, 2012, p. 121), y yo agregaría, siguiendo las enseñanzas de Horkheimer y Adorno (2007), que parte de esa transformación y de las prácticas que esta implica es elaborar una teoría que no sea neutral, que no ponga al filósofo en un pedestal desde el que trata de buscar la verdad de manera “apolítica” y “ahistórica”, sin trabajar en su contexto. Mi visión es contraria, por eso y por la complejidad que los estudios culturales implican, mi trabajo es radicalmente contextual, tiene apreciaciones propias con un sustento empírico y estadístico, además, de guardar posturas políticas y de hacer una lectura de la cultura como “ordinaria”, es decir, de manera anti-elitista.

Andar por Bogotá es acostumbrarse a ver la brecha de la desigualdad mientras se aguantan y se “ignorán” constantes golpes de realidad al cruzar de una cuadra a la otra. Con un paseo por el centro es posible presenciar impactos visuales muy dicentes: un batallón del ejército y a unos

metros lo que solía ser una de las “ollas”³³ más grandes de la ciudad. En ese mismo camino cruzo a un habitante de calle o “desechable” (como en algunas partes de Bogotá le llaman) que duerme semidesnudo a las afueras de una tienda de colchones de un centro comercial. Más adelante un policía detiene vehículos y extorsiona conductores para recibir sobornos mientras a unos metros están asaltando a una señora. Unos jóvenes alcoholizados pasean en su auto descapotado por chapinero, mientras una señora expone su vida y las de sus dos hijos al cruzar la calle corriendo a toda velocidad para poder colarse en el transporte público. Burgueses en su pent-house de lujo observan la ciudad y beben en una copa lo que puede ser el sueldo de muchos trabajadores, al tiempo que en el otro lado del suburbio algunos cometen delitos menores para ser golpeados y llevados por la policía a un centro de detención temporal, con el fin de tener un techo para dormir esa noche. Algunos gastando millones en segundos y otros ganándolos en meses. A un lado el norte con edificios y casas de miles de millones, al sur las invasiones, los barrios y los prejuicios que sobre sus habitantes recaen. En un carril las camionetas blindadas y escoltadas por la policía, en otro el Transmilenio atestado de personas mientras una extranjera con niño en brazos me pide dinero para pagar su habitación esa noche. El punto es claro.

De presenciar y vivir cotidianamente esas y muchas otras formas de desigualdad se forjó en mí un interés por estudiarla. En este caso, al desarrollar la encuesta pude hacer una muestra con cuatrocientas (400) personas. El sondeo inició el día 19 de marzo de 2024 y terminó el día 12 de junio del mismo año. En ese tiempo se procuró llevar la encuesta a la mayor cantidad de gente. El principal problema que se presentó en la recolección de datos fue el enfoque de clases sociales que tiene. En el caso de Bogotá, según el último censo realizado en el 2018 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la ciudad cuenta con alrededor de 7,5 millones de personas (DANE, 2019). De acuerdo a algunos datos de la Secretaría Distrital de Planeación del año 2017, que fueron presentados en el diario La República (Riaño, 2019) se estimaba que había alrededor de 8 millones, dentro de los cuales 6,9 millones (86%) pertenecen a los estratos 1, 2 y 3, que son los menos favorecidos, mientras que en el estrato 4 habrían más de 700.000 personas

³³ Una olla es un espacio de venta de todo tipo de artefactos y sustancias del “mercado negro”. En el pasado la calle del Bronx en Bogotá fue considerada como la olla más grande de la ciudad y quizá de Latinoamérica. Irónicamente en su momento también fue considerado como el lugar más seguro de la ciudad por el riguroso control ejercido por las bandas que eran “dueñas” del espacio y que tenían en su nómina a los “más honorables” agentes de la ley. Al respaldo de un batallón del ejército y muy cerca de los centros de poder más importantes de la ciudad, ahí se ubicaba el más grande mercado de drogas de la ciudad.

(9,42%), en el estrato 5 poco menos de 250.000 (2,99%), y en el 6 unas 124.000 personas más o menos (1,55%). El punto, más allá de si los datos a día de hoy son exactos o no, es que el grueso de la población está formado por gente de clase popular y es un porcentaje muy bajo el de gente que pertenece a la clase más alta. Lo que representa un problema al tratar de encuestar a personas de clase alta es que no solo son pocos, sino que además mantienen un cierto hermetismo de clase y muchos son reacios a participar de este tipo de investigaciones, de manera que es difícil acceder a ellos cuando no se tiene mucho capital económico. De igual modo continué con mi investigación y traté de conseguir gente de estratos 5 y 6, al menos 10 por cada uno de esos estratos. Una labor nada sencilla, pero se logró por amor al arte y la filosofía. Con eso dicho, empezaré a presentar y analizar algunos datos.

La primera pregunta era para identificar a la persona. Aquí debo aclarar que por cuestiones de privacidad y de comodidad de los encuestados se les permitió usar pseudónimos o no escribir su nombre, dado que algunas personas no estaban dispuestas a usar su nombre de pila para luego responder de manera abierta si cometen o no un delito con cierta frecuencia. En adelante por respeto a esa confidencialidad que se me confirió no me referiré a ningún caso con nombre o pseudónimo de manera puntual.

La segunda pregunta de mi encuesta se relacionaba con el género:

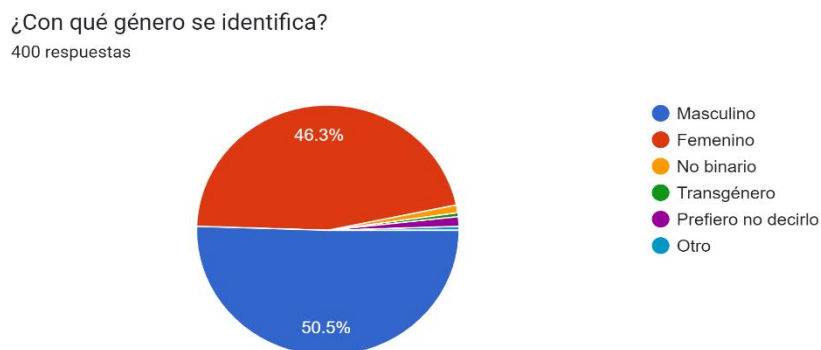


Figura 1. Distribución por género

Aunque se puede observar que las personas identificadas con el género masculino o femenino son el 96,8%, es importante denotar la diversidad que existe y que también es una parte importante de nuestra cultura. En nuestra época se ha hecho mucho más fuerte la lucha por la posibilidad de otras formas de subjetividad que se salgan de la norma del “binarismo sexo-género”,

lo que se refleja muy bien en la tabla es justamente la existencia de otras formas de identificarse y de ser, aunque sean una minoría en la encuesta. No obstante, si bien el género puede determinar ciertos hábitos o tendencias de compra, el consumo de piratería es algo que atiende a otro tipo de cuestiones: económicas y sociales, de modo que este fenómeno se presenta también en esas otras formas de subjetividad que mencioné antes, al menos así lo muestran los datos a nivel general.

En una misma cultura confluyen personas de diferentes edades, hay una compleja diversidad de formas vivir y sentir el mundo, y siendo la piratería un fenómeno frecuente en la vida de personas es de esperarse que tengan opiniones variadas al respecto del mismo.

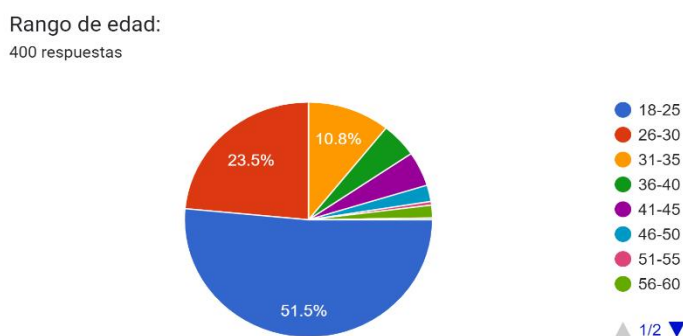


Figura 2. Distribución de Edades

Edad	# Pers.	%
18-25	206	51,5
26-30	94	23,5
31-35	43	10,8
36-40	19	4,7
41-45	19	4,7
46-50	9	2,2
51-55	2	0,5
56-60	7	1,7
61-65	0	0,0
66-70	0	0,0
70-75	1	0,2
76-80	0	0,0

Tabla 1. Rango de edad

En el caso de los rangos de edades el 51,5% estaba entre los 18 y los 25 años (204 personas), entre los 26 y los 30 años estaba el 23,3% (94), de 31 a 35 años estaba el 10,8% (43) y en adelante todos los porcentajes son inferiores al 5 %. Esto se debe en principio a que la gente joven es a la

que más tengo acceso por mi edad, además, por la disposición que podían tener para responder una encuesta virtual. Al analizar los datos de toda la encuesta en conjunto pude evidenciar que el consumo de piratería es una cuestión que se presenta independientemente de la edad, sin embargo, es un fenómeno que tiende a prevalecer más en las personas jóvenes que tienen mayor dominio y relación con la tecnología³⁴. Curiosamente la única persona que superaba los 70 años dentro de la encuesta respondió que sí consumía piratería, aunque no de forma muy frecuente.

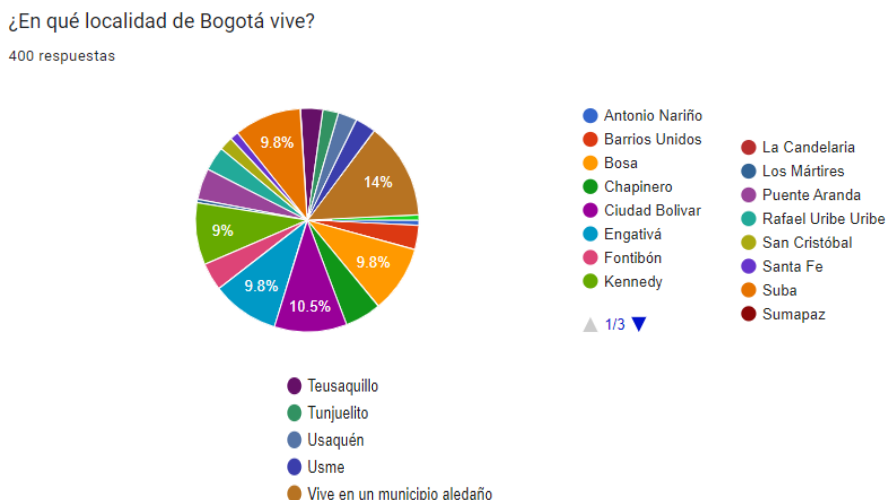


Figura 3. Distribución en la ciudad

Bogotá se caracteriza por ser una ciudad que recibe a gente de todas partes del país y del mundo. Buena parte de su población es foránea o vino para buscar mejores oportunidades de vida. Es bastante normal que el 14% de los encuestados vivan en otro municipio de la Sabana de Bogotá, en su mayoría son estudiantes o trabajadores que discurren por Bogotá con bastante regularidad. Buena parte de las personas que contestaron la encuesta viven en localidades en las que la mayoría de viviendas están dentro de los estratos 1, 2 y 3, sin embargo, el caso de Chapinero es bastante curioso. Al ir directamente al Excel en el que se recogen todos los datos (anexo 1), se mostró que el 76% de las personas entre los estratos 5 y 6 que fueron encuestadas viven en la zona de Chapinero. Esto se explica por la forma en que recolecté la muestra y por la distribución que tiene la ciudad, esa zona, al ubicarse en el norte y al estar tan cerca de ciertos sectores estratégicos como: centros financieros, grandes centros comerciales, clubes de diferentes tipos, lugares de vida nocturna y por la lejanía que tiene con ciertos sectores populares, entre otras cosas, tiende a ser el

³⁴ Esta es una hipótesis que podría ser mejor abordada con otro tipo de investigación y un muestreo más grande, así que la dejaré sobre la mesa.

lugar predilecto, aunque no el único, de algunas personas de la clase media y alta para vivir, se le ve como una zona segura y exclusiva, aunque hay zonas de esa localidad que no necesariamente son así, todo puede cambiar de una esquina a la otra.

Estrato socioeconómico
400 respuestas

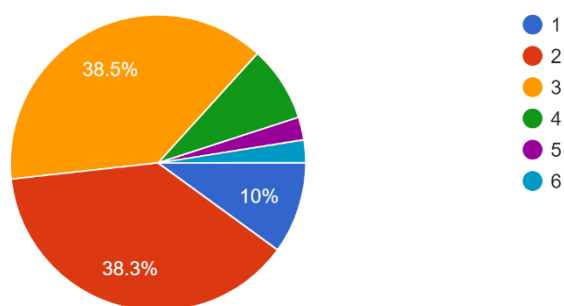


Figura 4. Distribución por Estrato Socioeconómico

Estrato Socioeconómico	Cantidad Encuestados	%
1	40	10
2	153	38,3
3	154	38,5
4	33	8
5	10	2,5
6	10	2,5
Total:	400	100

Tabla 2. Estratos y porcentajes demográficos

La distribución por estratos³⁵ es curiosamente muy similar a las estimaciones demográficas que se tiene y que mencioné anteriormente. Como era de esperarse el 87,3% de las personas pertenecen a los estratos 1, 2 y 3. En el estrato 4 hay un 8%, y en los más altos: 5 y 6, hay en cada uno un 2,5% de los encuestados, respectivamente, es decir el 5%. Como mencioné anteriormente,

³⁵ El estrato en Bogotá tiene que ver con la infraestructura que circunda los hogares y no tanto con la clase, sin embargo, en la mayoría de casos se puede hacer una equivalencia funcional entre ambos conceptos, no obstante, hay que nombrar la existencia de casos particulares en los que puede que alguien de clase alta habite en un barrio estrato 3.

reunir datos de los estratos más altos es complejo dado que es un porcentaje muy bajo de nuestra sociedad, entre otras razones. Sin embargo, aunque no es un número muy alto de personas, esa muestra puede dar una idea de las diferencias y tendencias que existen a la hora de consumir o no mercancía pirata.

Ya sea en formato material o digital ¿Consume o ha consumido mercancía de origen pirata?
400 respuestas

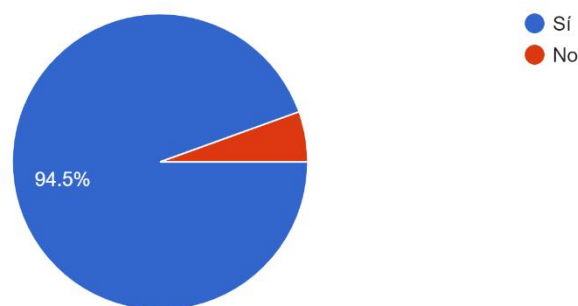


Figura 5. Porcentajes de Consumo de Piratería

CONSUMO DE PIRATERÍA POR ESTRATO SOCIAL					
Estrato Socioeconómico	Cantidad Encuestados	Consume	%	No consume	%
1	40	39	97,5	1	2,5
2	153	150	98,0	3	1,96
3	154	152	98,7	2	1,3
4	33	33	100,0	0	0
5	10	2	20,0	8	80
6	10	2	20,0	8	80
Total:	400	378	94,5	22	5,5

Tabla 3. Consumo de piratería por Estratos

Es muy curioso que el (94,5%) de personas respondieron consumir piratería o haberlo hecho alguna vez. Lo que no solo denota la magnitud del fenómeno, sino que además indica una cierta normalidad en esa práctica, no son casos aislados como en otros delitos, por ejemplo, el homicidio o el hurto a mano armada, esto lo digo porque no se da el hecho de que más del 90% de las personas hayan cometido un homicidio alguna vez, o que hayan usada un arma para robar. Hay delitos que son más comunes que otros, y en el caso de la piratería parece ser que es de lo más cotidiano. Casualmente los pocos que dijeron que no lo hacen, al menos de manera consciente, se encuentran mayoritariamente repartidos entre los estratos más altos. Es muy interesante que al pasar del estrato 4 al 5 hay una diferencia notoria entre los patrones de consumo, el 100% de las personas de estrato 4 dijeron que sí lo hacían, en contraste con los estratos 5 y 6 en los que el 80%

dijo no hacerlo. ¿Es suficiente para decir que hay una cuestión de clase? Más adelante responderé de forma más contundente.

¿Con qué frecuencia consume mercancía pirata?

400 respuestas

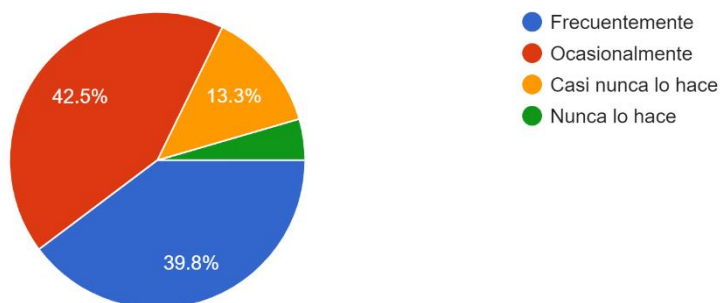


Figura 6. Frecuencia de Consumo

FRECUENCIA DE CONSUMO DE PIRATERÍA POR ESTRATO SOCIAL										
Estrato Socioeconómico	Frecuentemente	%	Ocasionalmente	%	Casi nunca	%	Nunca	%	Total:	%
1	12	30	21	52,5	6	15	1	2,5	40	100
2	72	47,06	67	43,8	13	8,5	1	0,65	153	100
3	62	40,26	72	46,8	19	12,3	1	0,65	154	100
4	13	39,39	8	24,2	11	33,3	1	3,03	33	100
5	1	10	0	0	2	20	7	70	10	100
6	0	0	1	10	2	20	7	70	10	100
Total:	160	40	169	42,3	53	13,3	18	4,5	400	100

Tabla 4. Frecuencia de Consumo por Estrato

Al analizar esos datos se hace evidente que la mayor parte de los encuestados consume piratería ya sea de forma frecuente (40%) y ocasionalmente el (42%). Lo interesante de la distribución estadística es la alta frecuencia de consumo que hay entre los estratos 1, 2, 3 y 4. En el caso del estrato 5 solo una de las personas afirma consumir piratería de forma frecuente. Al revisar los datos descubrí que la única persona de estrato 5 que afirmó consumir piratería de manera frecuente es un compañero de trabajo de un familiar. Esta persona trabaja como doctor³⁶, lo que me hace suponer que existen casos en que las cuestiones económicas no necesariamente son las únicas variables (pero sí de las más importantes) a la hora de llevar a alguien a consumir piratería,

³⁶ Debido a la gran cantidad de trabajos formales e informales que existen en la ciudad es muy complicado hacer una lista de todos los trabajos que hay. De modo que esa pregunta fue sacada de la encuesta debido a que era un poco molesto para los encuestados buscar dentro de una lista tan grande. No obstante, ese dato lo pude conseguir gracias a que mi familiar le pidió directamente a la persona que llenara la encuesta y por eso sabía quién era. En futuras investigaciones la ocupación de las personas puede ser relevante.

de modo que habría que explorar otras variables. En el caso de ese doctor lo que sucede es que a veces le resulta complicado acceder a todo el material académico que necesita en su labor. Esto me lleva a pensar que la piratería en cierto sentido dinamiza la cultura al hacerla un poco más accesible, sin embargo, esta idea la exploraré en el siguiente capítulo.

Otro dato interesante de la tabla 10 es que de las 18 personas que respondieron no consumir piratería nunca, el 77,7% pertenecían a los estratos 5 y 6 (14 personas), mientras que en cada uno de los otros cuatro estratos más bajos solo una de las personas dijo nunca hacerlo. Quizá sea verdad, aunque también es posible que en ocasiones lo hagan de manera inconsciente, sobre todo cuando se trata de alimentos, bebidas alcohólicas, música, películas o algunas prendas de ropa. En los estratos 5 y 6 hubo cuatro personas que dijeron que lo hacían ocasionalmente. A partir de ese dato interpreto que podrían haber diversas razones que expliquen esos casos particulares, ya sea porque les “meten gato por liebre”³⁷, o porque en una situación cualquiera quisieron comprar algo un poco más barato, o simplemente era más fácil de conseguirlo de manera pirata. Sin embargo, la tendencia estadística sigue siendo que en los estratos más altos el nivel de consumo de piratería es mucho más bajo. Cuando no te duele gastar dinero es mucho más fácil derrocharlo. Por eso es que el consumo de piratería se da mayoritariamente en los estratos más bajos, aunque no de forma exclusiva.

³⁷ Expresión usada en Colombia para decir que una persona fue estafada o se le dio algo que no era lo que quería.

De la siguiente lista, escoja los productos que usted más consuma de forma pirata, ya sea en formato material o digital:

400 respuestas

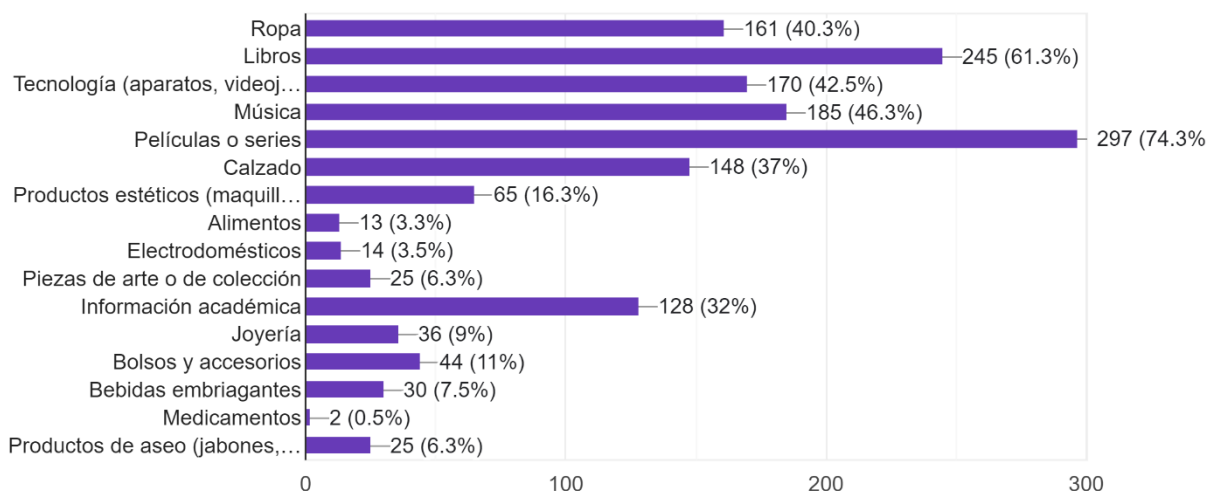


Figura 7. Productos piratas más consumidos

Al preguntar por los objetos que más se consumen, se dio a las personas la posibilidad de escoger dentro de una larga lista, así que muchos pusieron una o dos opciones, mientras que otros pusieron hasta seis. Así que en esa tabla se puede apreciar cuáles son las seis opciones más escogidas al consumir pirata (en los resultados se muestra el porcentaje de personas que escogió cada opción). Los productos culturales pirateados más consumidos son: películas y series (74,3%), libros (61,3%), música (46,3%), tecnología software y videojuegos (42,5%), ropa (40,3%), calzado (37%), e información académica (32%). Todas ellas cosas muy importantes en una cultura. Son productos culturales y mercancías³⁸ que guardan dentro de sí mucho conocimiento y valor humano. Detrás de una canción, de un filme, de un poema, de un rato de ocio, de una prenda o de un calzado, se conservan afectos, ideas, relaciones sociales, formas vivir y sentir, ¡hay significados plasmados!, pero más allá de eso hay una potencia creativa, hay posibilidades a futuro, hay otros sentimientos y significados que con la experiencia se van formando. Sostengo que la piratería dinamiza la cultura, pero antes de desarrollar esta idea en el siguiente capítulo, quiero que el/la lector/a piense lo siguiente: ¿sería posible producir tanto arte sin fuentes de inspiración?, si la

³⁸ No es lo mismo un producto cultural como un libro comparado, por ejemplo, con un jabón. Si bien ambos objetos son mercancías, el primero tiene unas intenciones, guarda formas de ver, sentir y entender el mundo, hay más valor humano ahí impregnado. Sin embargo, en ciertos pasajes de este texto uso los términos de mercancía y producto cultural como sinónimos, pero debo aclarar que hay matices. Sin embargo, esa distinción no es mi tema central, de modo que no lo abordaré.

cultura es de unos pocos, ¿quién la va a crear?, si todo el conocimiento fuera una cuestión de pago, ¿sería posible esta investigación?, y, por último, ¿todo intercambio cultural tiene que ser mediado por el dinero?

Como era de esperarse los medicamentos son el producto que menos se consume pirateado con el 0,5%, solo dos personas admitieron hacerlo de forma consciente, aunque es probable que muchos más lo hagan de forma inconsciente. Es evidente que en temas como la salud la gente no toma muchos riesgos y prefiere el producto original. En esa misma lógica le siguen los alimentos y los electrodomésticos, ambos con el 3,5%. Después de esos productos encontramos los productos de aseo y las piezas de arte con porcentajes iguales (6,3%), y finalmente, en el sexto lugar de los productos menos consumidos de manera pirata se encuentran las bebidas alcohólicas con un 7,5%, es decir, al menos 30 personas entre 400 encuestadas admitieron que consumen alcohol adulterado o de imitación, un porcentaje que si bien es bastante bajo también resulta preocupante. Sin embargo, a nivel cultural no es algo raro al tener en cuenta la cantidad de bodegas que hay en el centro en las que fabrican y envasan las bebidas para venderlas en los bares de la ciudad. Tanto así que hoy en día se falsifican incluso los códigos QR con los que se verifica la autenticidad de la botella, los sellos y etiquetas son hechos con la exactitud de un billete falso, y las recetas son muy similares, al menos para un paladar no entrenado. A veces distinguir entre una cerveza o una botella de alcohol auténtica de una pirata es casi imposible³⁹.

³⁹ Este último dato sobre las bebidas alcohólicas fue recolectado de manera informal en la modalidad de etnografía mediante una conversación que tuve con el dueño de un bar de mi barrio. A veces acercarse a hablar con las personas puede dar información muy valiosa. Ni yo mismo sabía que en las lomas de mi localidad hay oculta una fábrica de cerveza adulterada.

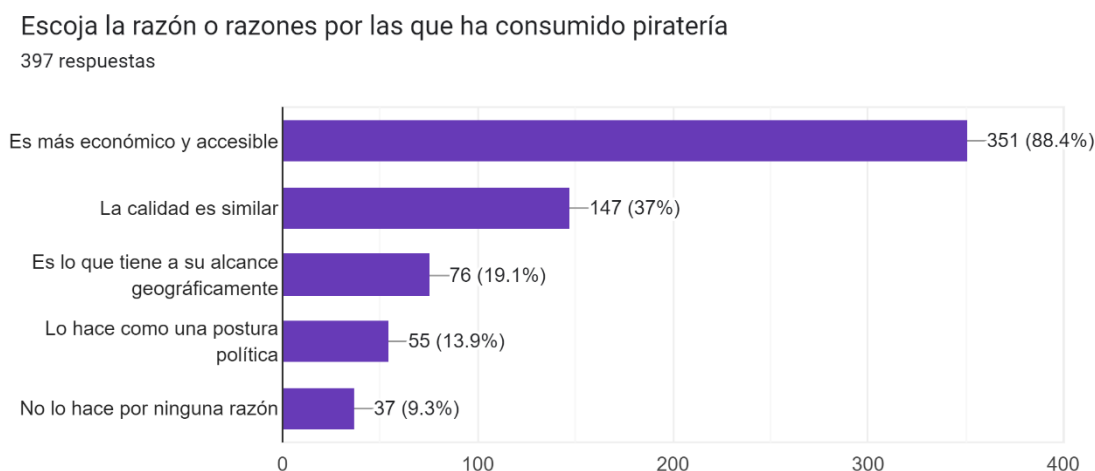


Figura 8. Razones Para Consumir Piratería

Al preguntarle a las personas sobre las razones por las cuales consumía piratería se les dio la posibilidad de escoger una o dos opciones. En el 88,4% de los casos (351 personas) escogieron, como principal razón para consumir piratería el tema económico y la accesibilidad que esto conlleva. Por lo que se puede afirmar que las cuestiones económicas son las que mayor peso tienen a la hora de consumir o no estas mercancías. En el 37% de los casos también se escogió la opción de que la calidad es muy similar. Esto se explica por el continuo perfeccionamiento que la industria que sustenta al mercado pirata ha ido teniendo con el paso de los años. Este es un proceso de continua tecnificación en el que los productos originales muchas veces tienen que reinventarse para mantener aún esa aura de distinción. Por ejemplo, en el caso de las películas y series, según lo que he observado en los últimos años⁴⁰, puedo interpretar que la estrategia que han adoptado muchos directores y empresas ha sido llevar del cine a las plataformas de Streaming sus producciones. Esto con el fin de alcanzar mayor difusión y tener ganancias de un espacio de mercado que antes era un poco más dominado por las páginas piratas, mismas que en los últimos años han perdido bastante terreno al estar bajo constantes ataques por temas de copyright y por la saturación de anuncios y ventanas emergentes. Muchas veces la gente prefiere pagar una mensualidad antes de tener que pagar con su tiempo visualizando anuncios y cerrando ventanas para poder ver algo de baja calidad en una página dudosa.

⁴⁰ La posibilidad de vivir y experimentar la evolución y los cambios de un fenómeno es lo que permite abordarlo teniendo en cuenta otros matices que serían dejados de lado si no se tuviera una experiencia directa del mismo.

Al ser una ciudad tan grande en Bogotá suele suceder que la gente debe trasladarse mucho para conseguir lo que quiere. Por eso es normal que cerca de los barrios se formen zonas en las que hay bastante comercio de todo tipo de mercancías, así que algunas personas van a esos espacios a conseguir copias de lo que necesiten para ahorrar tiempo y dinero (dos cosas muy valiosas en una ciudad tan desigual y ajetreada). Por eso hubo 76 personas (19,1%) que escogieron el tema de la ubicación como una de sus razones para consumir piratería.

La tercera razón más escogida fueron los motivos políticos. En el contexto bogotano existen algunas personas que conciben que no se debería pagar costos excesivos por ciertos productos de la cultura como la música, los libros o la información académica. Por mi parte, considero que si el arte y el conocimiento son un bien de la humanidad debe ser por y para todos, independientemente de su proveniencia, de su color de piel, de su cultura o de sus posibilidades económicas y materiales, eso es algo que los elitistas de la cultura no pueden comprender. En muchos sentidos segregar a las personas y limitar su acceso a la cultura lo único que hace es fomentar y profundizar aún más las brechas de la desigualdad, por eso muchos prefieren buscar alternativas económicas o gratuitas para poder acceder a aquello que ha sido limitado y puesto en manos de unos pocos con mejor posición económica.

Por último, el 9,3% de las personas también dijeron que si lo hacían a veces no era por ninguna razón en particular. Es posible que al naturalizar tanto el consumo de piratería esta acción ocurra a modo de costumbre o de forma automática, sin un proceso de raciocinio previo a la compra. “Lo veo y lo compro sin importar si es o no pirata”, esas fueron las palabras de una de las encuestadas.

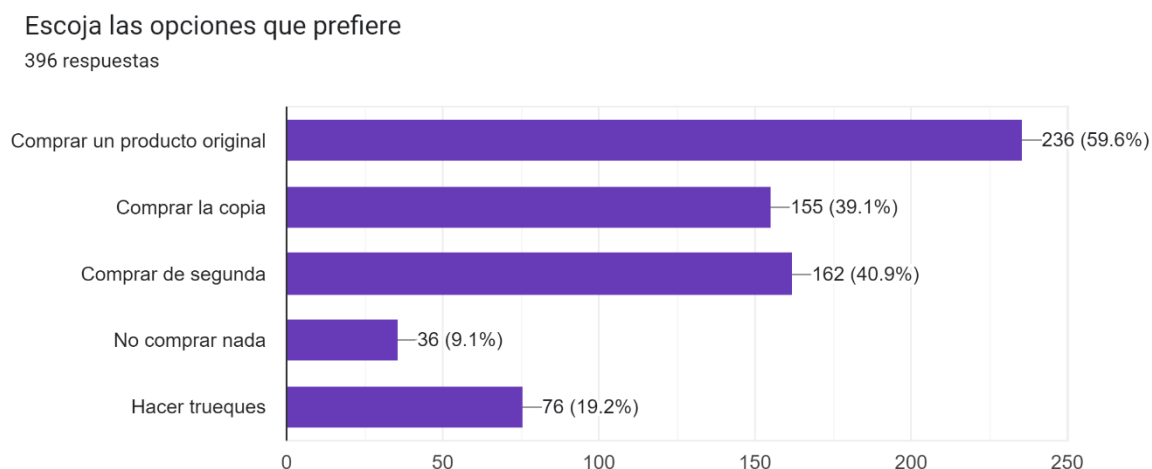


Figura 9. Preferencias de Consumo

Del mismo modo que en el gráfico anterior, al preguntar sobre las preferencias de compra de las personas se les dio la oportunidad de escoger una o dos opciones. Como era de esperarse comprar productos originales iba a encabezar la lista, en este caso 236 personas (el 59,6%) escogieron esa como opción principal. Inesperadamente la opción de comprar de segunda mano le sigue a nivel de preferencia con 162 personas (40,9%), pero ese porcentaje es seguido muy de cerca por la piratería con 156 personas (39,1%) que optaron por ella como su segunda preferencia. El trueque, aunque no es muy común, ocupa el cuarto lugar a nivel con 76 personas (19,1%), y finalmente, 36 participantes (9,1%) dijeron que prefieren comprar original o no comprar nada, una respuesta que contrasta un poco con las anteriores estadísticas de consumo.

Con el advenimiento de la internet vinieron un sin fin de cambios. En las últimas dos décadas los formatos digitales empezaron a reemplazar a los físicos. Con el creciente acceso a celulares y computadoras las personas comenzaron a descubrir que podían descargar ilegalmente música, libros, películas, series, videojuegos, software, etc. En muy poco tiempo dejó de ser habitual comprar casetes o discos en formato de vinyl o CD, casi empezaron a sentirse anticuados. La nueva mercancía exigía un nuevo paradigma de consumo. Dejó de ser necesario ir a comprar en la calle. Con unos pocos clics se podía ver, escuchar, leer y, sobre todo, aprender casi cualquier cosa. Ahora se tenía a la mano desde estrenos y contenidos inéditos hasta producciones muy antiguas que ni en la tienda de películas del barrio tenían. Si lo que quería era jugar videojuegos lo único que debía hacer era entrar a YouTube, buscar un video explicando cómo descargar e

instalar. —Seguir el paso a paso para realizar un delito—. Muchos productos culturales que antes no era posible conseguir empezaron a ser accesibles de manera muy sencilla, tanto así que muchos crecieron y se educaron en el uso de internet pirateando contenido. Crecer como parte de esa generación me dio la idea de que poco a poco se hacía más sencillo lo que antes ya lo era, pero, ¿era solo percepción mía? Decidí incluir esto como un punto importante dentro de mi encuesta. Y estos son los datos:

¿Considera que el progreso de la tecnología ha aumentado su consumo de piratería?

399 respuestas

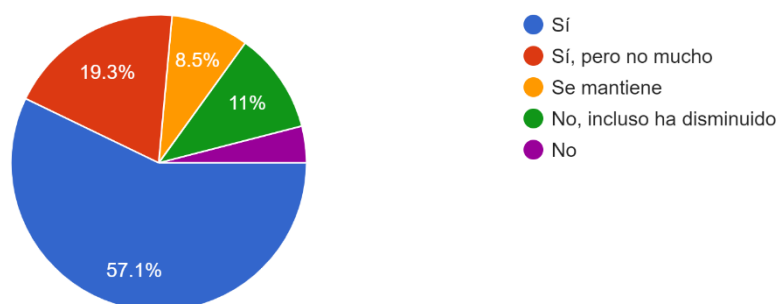


Figura 10. Tecnología en relación al aumento o disminución del consumo de piratería

Percepción del progreso de la tecnología en relación al aumento del consumo de piratería.												
Estrato Socioeconómico	SÍ.	%	Sí, pero no mucho.	%	Se mantiene.	%	No.	%	No, incluso disminuyó.	%	Total:	%
1	30	75	7	17,5	3	7,5	0	0	0	0	40	100
2	92	60,1	36	23,5	11	7,2	6	3,9	8	5,2	153	100
3	88	57,1	32	20,8	15	9,7	3	1,9	16	10	154	100
4	18	54,5	1	3,03	3	9,1	0	0	11	33	33	100
5	0	0	0	0	2	20	5	50	3	30	10	100
6	0	0	1	10	0	0	2	20	7	70	10	100
Total:	228	57	77	19,3	34	8,5	16	4	45	11	400	100

Tabla 5. Percepción del aumento de consumo por estratos

Al plantear la pregunta sobre el progreso de la tecnología y su posible relación con el aumento en el consumo de piratería lo que se hizo fue dar opciones de respuesta en las que hubiera una cierta gradación. La idea era ver matices intermedios como percibir poco aumento o una pequeña disminución en la práctica, o si los hábitos se mantienen iguales, o si por el contrario había variaciones definitivas del aumento o la disminución del consumo. Al recoger los datos se pudo notar que la percepción del 76,3% de las personas se inclinó hacia un aumento de esta

práctica, aunque fuera un poco. En un punto intermedio el 8% de las personas dijeron que sus hábitos de consumo se mantenían. En el otro extremo hubo un 15% de las personas que percibió una disminución en su consumo de piratería con la llegada de nuevas tecnologías. Al analizar los datos de la tabla 15 se puede notar también una tendencia que, si bien no quiero generalizar, podría ser una tendencia a nivel de clase. 17 personas de estrato 5 y 6 dijeron que percibían una disminución en esa práctica. Si bien es posible que al encuestar muchas más personas de esos estratos haya variaciones, según los datos que he conseguido, es probable que en estratos altos la llegada de nuevas tecnologías no solo significó nuevas facilidades de acceso (como para las demás personas), sino también nuevos bienes y formas de consumo pagado que podían traer otros beneficios de *distinción*. Sin embargo, para probar dicha hipótesis faltarían más datos, por lo que la dejaré sobre la mesa.

En contraposición a la tendencia de los estratos 5 y 6, en los estratos del 1 al 4 se puede ver que la mayor parte de las personas se inclina hacia la idea de que su consumo ha aumentado. Las nuevas tecnologías traen consigo nuevos paradigmas de consumo, nuevas formas lícitas e ilícitas de consumir, proporciona innovaciones y técnicas de copiado cada vez más prolijas, y junto a eso, sujetos cada vez más dispuestos a piratear cultura. —Iré hasta los confines de la tierra para que el mil veces maldito capitalismo no le imponga límites a mi mundo y a mi cultura. Y si de piratear se trata, eso haré —me comentó un anarquista encuestado.

Si de necesidad se trata hay momentos de la vida en los que conceptos como el bien y el mal, lo legal y lo ilegal, o lo que se debe y lo que no se debe hacer pasan a un segundo plano. De momento se abraza la utilidad y se administran los recursos para valerse con lo que se consigue. —“Si se va a dejar de vestir porque no es de marca entonces aguante frío”—, dijo un día un anciano muy sabio.

¿Conoce alguna ley o regulación al respecto de la venta o adquisición de piratería?
400 respuestas

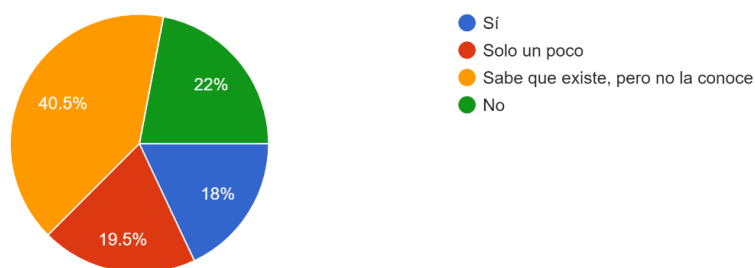


Figura 11. Conocimiento de la ley

Cuando le pregunté a las personas si tenían idea de las leyes que existen para regular este fenómeno tuve respuestas de todo tipo como: “tengo entendido que existen por los videos de internet y eso, pero ni idea de cuánta cárcel da”, “¿existen leyes para eso?”, “recuerdo que alguna vez vi un comercial al respecto, pero no sé mucho”, o “sé que es un delito y que ponen multas y todo, pero no recuerdo cuál ley es”.

A nivel estadístico el 40,5% de las personas saben que la ley existe, pero no la conocen muy bien, el 19,5% dice conocerla un poco, el 18% dice que sí la conoce, sin embargo, hay un 22% que dice no saber nada sobre el tema. Lo interesante aquí es que el 78% de las personas sabe que se trata de un delito, aunque no conozcan todos los detalles de la ley, saben que es algo ilegal que suelen hacer. Dicen por ahí que el que no conoce la ley igual es culpable ante ella. Así que hay un 22% que consume piratería sin saber las consecuencias que puede tener, aun así, es muy posible que de saberlo lo seguirían haciendo como el otro 78%.

Considera que comprar o distribuir mercancía pirata es:

400 respuestas

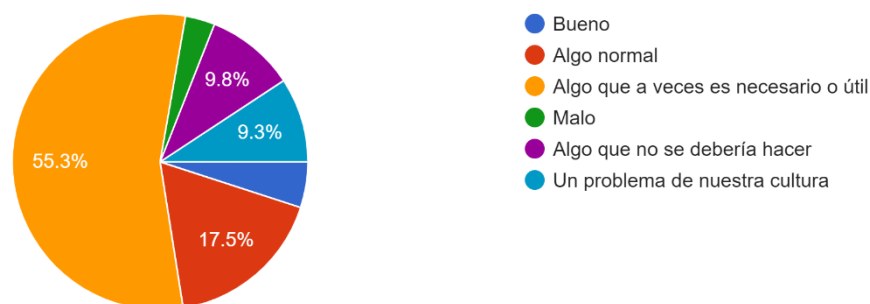


Figura 12. Percepción del Consumo de Piratería

En un inicio al hacer esta pregunta la idea era solo dejar las opciones de bueno y malo, pero muy pronto surgieron las complejidades. Algunas personas abordan la idea de la piratería desde otros puntos como la normalidad, el deber ser, la utilidad o necesidad, o también ven esto no como una cuestión moral sino como un problema o “anomalía” de la cultura. De ese modo se amplió la gama de respuestas y el 55,3% de los encuestados se inclinaron por la opción de la necesidad y la utilidad. En segundo lugar, se ubica la opción de que es algo completamente normal con el 17,5%. Con el 9,8% la opción de que es algo que “no se debe hacer” es la tercera más elegida. Seguido de esa opción el 9,3% dijo que es un problema de nuestra cultura. Y finalmente, las últimas opciones, (irónicamente las primeras que sugerí) la idea de que es algo bueno se queda con el 5% y algo malo con el 3,2%. Lo que aparte de mostrar que no soy muy bueno pensando en opciones de respuesta, también dice varias cosas. Generalmente, al pensar en comprar algo pirata las personas no lo hacen, al menos en principio, desde una perspectiva moral o legal, no se sientan a pensar en si está bien visto o no, lo que importa es suplir una necesidad, si el objeto cumple con lo que se busca no importa que no corresponda a la marca o que sea una imitación. Lo importante es desvararse. En otro tipo de situaciones cuando algo se hace tan cotidiano se normaliza, a veces comprar algo pirata es como comprar el desayuno o una empanada en la calle, vas y obtienes lo que quieres como parte de tu día a día, ya no es una acción en la que se reflexione. La idea de que la piratería es un problema de la cultura es bastante curiosa de analizar, me parece que el discurso de la legalidad y el de no vulnerar el derecho de autor genera que, con los intereses económicos sumados a la “simpatía” por el artista, ciertos sujetos contemplen esta actividad como problemática antes que como algo positivo para la cultura.

Al pensar en la moral y en el importante papel que esta juega dentro de una sociedad (direccionando y fundamentando de alguna forma sus costumbres). Tuve la idea de que la piratería es un espacio en el que los sujetos transitan de manera cotidiana en una doble frontera en la que acontece lo “legal” y lo “ilegal”, así como lo bueno y lo malo. En ese sentido podría sostener que hay un espacio de consumo en el que los sujetos abandonan esa modulación del comportamiento que el dispositivo de control ejerce sobre ellos para abrazar la utilidad y la accesibilidad. En otras palabras, de manera consciente o inconsciente las personas toman decisiones fuera de la norma, entran en la periferia de lo “legal” para adquirir un producto cultural y más tarde vuelven y siguen con su vida como si nada, una vez más en los márgenes de lo legal. Es como transgredir dos veces esa difuminada frontera sin enfrentar las consecuencias, pero, ¿qué sucede cuando transitar en esa doble frontera se hace normal?

¿Considera que la piratería debe mantenerse como algo ilegal?

400 respuestas

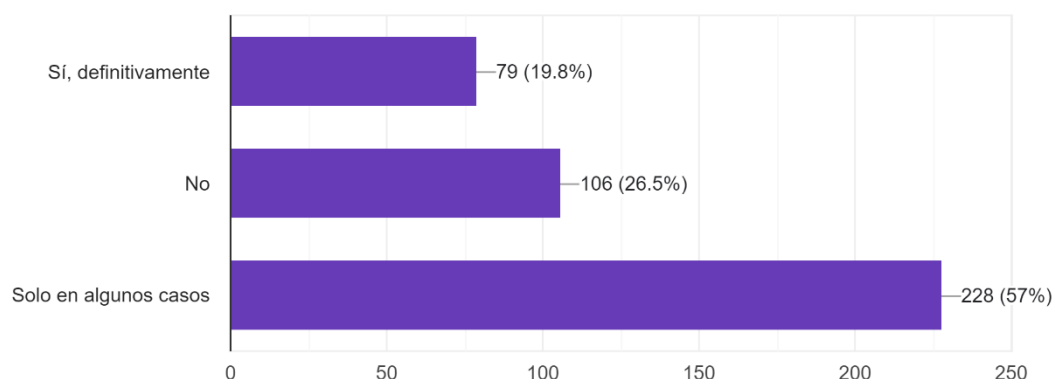


Figura 13. Consideraciones sobre el status legal de la piratería

Luego de preguntar a las personas si consideraban que la piratería debe ser o no algo ilegal el 57% de ellas respondió que solo en algunos casos. Esto teniendo en cuenta cosas como la comida, el alcohol, los medicamentos y otros productos que al ser pirateados pueden ser riesgosos para la salud de las personas en caso de que la calidad no sea buena, esto lo sé porque lo pregunté directamente de forma informal. Sin embargo, muchos estuvieron de acuerdo en que cosas como libros, películas, música, información académica y ropa pirata no deberían ser ilegales pues podrían reportar un beneficio en la sociedad. Esto teniendo en cuenta los altos costos de ciertas cosas y la pobreza y desigualdad que existe en este país. El 26,5% de los encuestados dijeron que

no debería seguir siendo algo ilegal, una idea que va muy en línea con los resultados obtenidos en la anterior tabla. Y, por último, el 19,8% dijeron que debe seguir siendo ilegal. Lo que me parece destacable aquí es que casi el 80% de las personas está de acuerdo en que hay mercancías y productos culturales que deberían ser de libre acceso, una voluntad colectiva que choca fuertemente con la prohibición vigente y con los hábitos de consumo que he presentado anteriormente. ¿Es momento de reformar las leyes? ¿Algo así sería posible? O ¿Son más importantes los intereses económicos?

Ahora bien, parte de la experiencia cotidiana de los sujetos no solo se define por las modulaciones que se le imputan o las actividades que ya asume como parte de sus hábitos. Hay una dimensión de la experiencia que va más allá, se trata de la parte afectiva o emocional que está detrás de esas acciones. Muchas veces el problema no radica en concebir o afrontar las consecuencias externas de nuestras acciones, sino en el choque emocional que se puede dar a nivel interno. A lo que voy con esto es que una parte importante de pensar en la subjetividad desde el fenómeno de la piratería es analizar las posibles reacciones que tienen los sujetos después de consumir. En esa misma línea se le propuso a los encuestados la pregunta: ¿Cómo se siente al consumir piratería? Estos son los resultados.

¿Cómo se siente al consumir piratería?

400 respuestas



Figura 14. Sensaciones al Consumir Piratería

Al respecto de estos resultados debo señalar que no se alejan mucho de lo esperado. Lo que sucede es que cuando los sujetos se forman dentro de una cultura en la que cometer un delito es algo tan cotidiano y no es del todo mal visto, se empieza a dar un proceso de naturalización de los hechos, se normaliza esa actividad, sobre todo si resulta útil. Bajo esa idea había planteado la hipótesis de que la mayor parte de los sujetos no tendrían ningún tipo de reacción o de sensación

de culpa al conseguir lo que desean, aunque sea de forma ilegal. Según los datos recogidos el 68,5% de las personas respondieron sentirse normales luego de comprar algo pirata, —“Es la misma monda, pero más barato”—, señaló un encuestado. De modo que este último dato estadístico le da soporte a mi hipótesis.

En segundo lugar, la opción que fue más elegida fue la de sentir que su producto no es de la misma calidad, y es que claro, hay un punto en el que la experiencia con un objeto original es distinta. No es lo mismo, por ejemplo, ir a ver una película al cine en su día de estreno, con sonido envolvente y una pantalla gigante de alta definición acompañado de bebidas, dulces y comida cara, a sentarte en tu casa a ver en un televisor cualquiera esa misma película desde una página pirata con la mitad de calidad de audio y video. Puede que sea más barato y el producto cultural sea el mismo, sin embargo, la experiencia se concibe y se vive de manera totalmente distinta. Lo mismo con unos zapatos de marca que son muy cómodos y duran bastante tiempo, comparados con una copia AA que va a durar solo unos meses porque sus materiales y modo de fabricación no son precisamente los mejores. La acumulación de experiencias similares hace que las personas tiendan a sentir que todo lo que es pirata es de mala calidad, cosa muy cierta en ocasiones, pero como mencioné anteriormente: la piratería está en un proceso de perfeccionamiento y tecnificación continua. Así que la calidad es algo que va más en el tipo de objeto y el tipo de copia que se consiga.

En tercer lugar, está la opción de sentir que ese objeto no le da el mismo status que uno original con el 9,3%. Aquí vuelven y juegan las dinámicas de acumulación simbólica y material. Se trata de esa necesidad que tienen las personas de exhibir lo que se tiene, o buscar una cierta posición dentro de la sociedad a partir de lo que se ostenta. Cuando un objeto es evidentemente una copia de otro que por su naturaleza distingue a su portador, lo que sucede es que más que enaltecer al pirata por el contrario lo rebaja, demuestra su proveniencia y denuncia su pretensión de presumir desde la imitación para aparentar ser y tener más. Esta necesidad de apariencia, sumado a la necesidad de tener objetos de calidad a bajo costo son el trasfondo que da fuerza al proceso de perfeccionamiento continuo de las copias piratas que mencioné en el párrafo anterior.

En cuarto y quinto lugar aparecen con el 4,7% y el 3,2% las opciones de sentirse bien y sentirse mal respectivamente. Más allá de la normalidad, la calidad o el estatus aparece también un porcentaje de personas que al piratear guardan dentro de sí sentimientos de culpa o de bienestar. Esto resulta de procesos de socialización en los que los sujetos empiezan a buscar razones para

evadir la culpa, o para profundizar en ella. Por ejemplo, los comerciales con los que se buscaba prevenir y reducir la piratería solían estar cargados de imágenes y discursos que apelaban a las consecuencias negativas que la piratería podía tener en los demás y en los “criminales”, lo que hasta cierto punto se muestra como indeseable, de ahí que se le juzgue de manera negativa. Pero también existen aquellos, sobre todo los que tienen razones políticas, que sienten que lo que hacen está bien. Me dijo un conocido: —“No me voy a sentir mal por leer lo que quiero. Antes mejor para mí poder ahorrarme unos pesos para comprar más libros”.

¿Cree que hay una cuestión de clases sociales relacionada al consumo de piratería?

400 respuestas

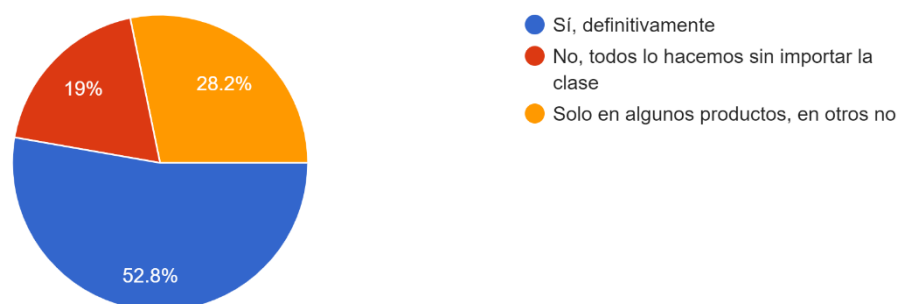


Figura 15. Percepción de la Dinámica de Clases

Ahora bien, al preguntar a las personas sobre su percepción de si existe o no una cuestión de clase relacionada al consumo de piratería se encontró que un poco más de la mitad (52,8%) de las personas considera que sí existe una dinámica de clase asociada. El tema aquí es que hay distinciones sociales que en Bogotá suelen hacerse muy perceptibles. Como mencioné en el capítulo anterior, no solo se da a nivel del *habitus* o de los productos culturales en tanto objetos que distinguen a sus poseedores, sino que también existen distinciones incluso al nivel de las instituciones o espacios delimitados para el discurrir de cierto tipo de personas. Sin embargo, esta no es una cuestión que se da siempre, no es una verdad tajante por así decirlo, hay matices también, hay casos particulares o situaciones en las que no necesariamente sucede así. He aquí la belleza de los estudios culturales: muestran un poco más de esa complejidad que las generalizaciones apresuradas no pueden distinguir.

La segunda opción más elegida con el 28% fue que depende del producto. Este matiz intermedio me parece interesante porque guarda dentro de sí la idea de que sí existen distinciones en el consumo, pero hay espacios u objetos en común. Como mencioné en un ejemplo anterior,

hay personas en los estratos altos que a veces consumen piratería por diferentes razones, ya sea porque es un objeto al que no le dan mucha relevancia, o porque es más fácil conseguirlo de ese modo, o porque simplemente es lo que hay a la mano en el momento. El punto es que hay situaciones y objetos en los que es posible que alguien de clase alta acuda a la piratería, o también es posible que alguien de estrato bajo ahorre o se endeude para comprarse un bolso Luis Vuitton de varios millones de pesos.

Inesperadamente el 19% de los encuestados percibe que todas las personas lo hacen, independientemente de la clase o el estrato socioeconómico al que se pertenezca. Puedo deducir que esa respuesta fue escogida por los participantes que tenían en cuenta la existencia de casos particulares que pueden escapar a las tendencias estadísticas. Por ejemplo, una de las encuestadas afirmó que conoce un par de personas que son de clase alta y que en ocasiones compran libros piratas o los descargan en formato de PDF para algunos temas de la universidad. Lo que no implica que no tengan la plata para comprarlos nuevos, sino que les resulta un poco más complicado conseguir ciertos libros y prefieren evitarse esa engorrosa búsqueda, aunque en otras cosas como ropa sean muy rigurosos con la marca.

Lo curioso de recoger y analizar todos esos datos es que las respuestas denotan la gran magnitud del fenómeno y la excesiva normalización de esta práctica por parte de los sujetos pertenecientes a la cultura bogotana. Más allá de las tendencias y los hábitos de consumo diferenciado, se puede vislumbrar una realidad insoslayable de la que muy pocos aquí se pueden escapar: ante la ley somos criminales, ¡Somos unos piratas de la cultura!

Capítulo 3.

En camino a una teoría de la piratería y la subjetividad

Al escarbar en los recovecos más profundos de mi memoria, justo allí donde se alojan los recuerdos más valiosos de mi infancia, me da la sensación —más bien la certeza— de que la piratería siempre estuvo ahí. Desde el inicio ella me vistió y calmó el frío aun cuando ni siquiera podía elegir la ropa que usaría; me enseñó a leer con una cartilla Nacho comprada en algún puesto de la calle; me mostró el séptimo arte aún antes de siquiera haber visitado un cine; me puso a bailar y cantar cuando no sabía bailar y solo balbuceaba palabras; me permitió jugar videojuegos en largas jornadas de lo que fueron algunas de las mejores horas de mi vida frente a una consola o un computador; me presentó muchas series repletas de personajes con poderes e historias épicas que me hicieron fantasear a medida que iba creciendo; me facilitó acceder a los primeros libros que implantaron en mí el amor por la lectura y más tarde por la filosofía. En otras palabras, ella me vio crecer y me educó, le dio forma a mi subjetividad, y acercó a mis manos algunos elementos de la cultura que las limitantes de mis condiciones materiales de existencia habían puesto lejos de mi alcance. Guardo en mi memoria recuerdos hermosos de todo lo que aprendí y que sin haber pirateado no habría aprendido: de esas tardes en que rebuscaba libros para comprar entre un montón de copias tiradas en alguna calle del Centro; de las noches en que encendía el computador y entraba a una página de dudosa procedencia para apreciar el cine; de aquellas mañanas en que la música descargada me acompañaba y llenaba de alegría para enfrentar al mundo; o de esas largas madrugadas leyendo e investigando con libros fotocopiados para tratar de graduarme de la universidad. Porque haber nacido y crecido en el estrato más bajo de esta sociedad no es una situación que otorgue muchas alternativas para salir adelante.

Michael Foucault (1991), en *El sujeto y el poder*, afirmó que la mejor manera de analizar el poder es tomar como punto de partida las formas de resistencia que los sujetos entablan contra los diferentes ejercicios de poder, esto con referencia a una experiencia fundamental, ya sea la muerte, la enfermedad, la sexualidad, el crimen, etc. Lo central es investigar la contraposición, o como él lo llamó: el antagonismo de las estrategias para ejercer el poder o resistirse al mismo, pues, “Para descubrir, por ejemplo, lo que nuestra sociedad entiende por salud deberíamos investigar quizá lo que está pasando en el campo de la enfermedad. Y qué entendemos por legalidad en el campo de

la ilegalidad” (Foucault, 1991, p. 57). En esa misma línea, propongo pensar la piratería como experiencia fundamental en el desarrollo de la subjetividad en la cultura bogotana del siglo XXI, a través de ejercicios de poder y su correspondiente resistencia.

En continuidad con las ideas de Foucault (1991), me gustaría analizar el sistema de diferenciaciones que da la posibilidad de ejercer el poder al incidir en la conducta de los sujetos. “Diferenciaciones determinadas por la ley o por las tradiciones de status y privilegio; las diferencias económicas en la apropiación de riquezas y mercancías, desplazamientos en el proceso de producción, diferencias lingüísticas o culturales” (Foucault, 1991, p. 93). En este caso es menester señalar la existencia de una técnica discursiva —apoyada por el aparato legislativo—, que establece y da forma a la separación y contraposición de la idea de una persona honesta o un ladrón, una persona respetuosa de la ley o un pirata criminal, en últimas, quién está dentro de los límites de lo legal o lo ilegal, quién actúa conforme a la norma y por el contrario quién la quebranta.

Según las ideas de la OMPI: “un pirata es cualquier persona que haga un uso indebido de una obra protegida. Esto indica que piratas no son solo las mafias organizadas, sino que usted en su casa puede también ser un pirata” (OMPI citada en Barbosa, 2005, p. 6). En otras palabras, un pirata es aquél que consume un cierto tipo de mercancía de manera tal que ese consumo no se hace en las condiciones que el autor o la marca dueña de los derechos tiene previstas. Es decir, el sujeto que actúa fuera de esa norma que prescribe la necesidad y obligación de consumir en las condiciones legitimadas por la ley. Se podría pensar que no es lo mismo robarse, por ejemplo, un televisor o una bicicleta para venderlo, comparado con fotocopiar un libro o descargar música sin permiso. Sin embargo, en este contexto, al menos a nivel legislativo “ambos delitos son exactamente iguales, solamente que el tipo de propiedad que se hurta es distinta, una es material y la otra es inmaterial o intelectual” (Barbosa, 2005, p. 3). De ese modo, bajo el aparato legislativo aparece una forma de escisión discursiva que dictamina, llena de significado y da legitimidad a cierto tipo de subjetividad cuyas acciones se enmarcan dentro de lo legal, así como también establece un espacio de lo ilegal, un afuera, en el que los sujetos que actúan allí se encuentran en la periferia de lo que es admisible.

1. De la subjetivación y el *habitus* familiar

La subjetivación es ante todo un proceso, me gusta pensarla como un cierto camino en el que el ejercicio del poder procura marcar el rumbo y los límites de un sendero que el sujeto o los sujetos

transitan cuando se van formando en el espacio social, mientras consolidan una forma de ser y de vivir, una identidad propia, una subjetividad. En términos de Foucault (1991): se subjetivan. No obstante, aunque el camino esté demarcado el sujeto en ocasiones tiene la capacidad de moverse dentro o fuera de los límites de ese sendero, ya sea como se le indique o como disponga, respectivamente. Lo decisivo allí es la forma en la que el sujeto asume ese ejercicio de poder, esa modulación de su comportamiento, ya sea que se adapte a ella y la incorpore de manera pasiva, o ya sea que se resista de alguna manera. Para Foucault (1991) el ejercicio de poder “consiste en guiar la posible conducta y colocar en orden la posible consecuencia” (pp. 85-86). En ese sentido, desde la analogía anteriormente usada, al construir y dar forma a dicho sendero, se puede actuar (ejercer el poder) sobre el sujeto y sobre sus posibles acciones en el presente y a futuro, se pueden incitar, producir, hacer más fáciles o más difíciles diferentes acciones, incluso se pueden prohibir. No obstante, hay espacios en los que la modulación del comportamiento que el Estado quiere ejercer sobre los sujetos no siempre es muy efectiva. De eso me ocuparé ahora mismo al tratar el tema de la familia.

Un día cualquiera, mientras crecía y exploraba lo que el mundo me ofrecía, llegó un momento en el que el reconocimiento de mi criminalidad se hizo una cuestión latente, quizá en ese instante fue solo como un tema que en cabeza de un niño apareció y se esfumó tan pronto como algo más entretenido se hizo presente. Sin embargo, esa experiencia trae consigo una importante disonancia para el sujeto entre lo que resulta ser una regla existente y el continuo quebrantamiento de la misma observado en su entorno; algo que normaliza aún más la actividad y facilita su continuidad, aun a sabiendas de que se está quebrantando la ley. Un comercial y algunos comentarios de los adultos trajeron a mi inocencia la idea de que había algo que estaba “mal”, pero que curiosamente todos lo hacían, incluso yo. Un día, guiado por diferentes estímulos, incluida la propaganda del gobierno, descubrí que la música y los videojuegos que había aprendido a descargar eran ilegales, aparentemente existía algo que yo me salté y que hacía que la posesión de eso me convirtiera en un criminal. Discursos como: “usted es tan legal como lo que compra” (CNTV, 2021) me hicieron entender que había hecho cosas que supuestamente no debía, que podía ponerme en riesgo y que era un ladrón a secas. No obstante, la ausencia de consecuencias en mis acciones, sumado a la normalidad del acto previamente observada en mi entorno, hicieron que un acontecimiento de ese tipo no tuviera mucha relevancia. Seguir jugando era algo mucho más serio e importante que saberme y reconocerme como un criminal, o preocuparme por ello. Después de

todo, los adultos también lo hacen y para un niño jugar y escuchar música no resulta algo muy grave. En este caso, cosas como la culpa o el arrepentimiento no son necesariamente percibidas por parte del sujeto.

El sujeto nace y se forman en el seno de una familia, una sociedad, una época y una cultura específica. Desde el inicio se halla inmerso en un complejo mundo de relaciones sociales y económicas que prescriben las condiciones materiales en las que ese sujeto se va a desarrollar. En ese complejo mundo de relaciones el sujeto empieza a educarse, a incorporar ideas y comportamientos transitando por diferentes instituciones y espacios definidos, el primero de ellos y el más relevante para este tema es el círculo familiar, ese primer espacio en el que las prácticas y significados que ahí se presentan fungen como el cimiento de la subjetividad. En dicho espacio el sujeto entabla una primera relación inconsciente con la piratería en la medida en que se desconoce lo que la piratería es y sus consecuencias. A partir de lo presentado anteriormente, con algunos relatos de mi experiencia y de la recopilación de datos que hice, se puede deducir lo siguiente: en principio el sujeto pirata se forma y crece en un círculo en el que el consumo de piratería ya se encuentra normalizado y acontece como parte de lo cotidiano⁴¹, de esas prácticas comunes que incluso congregan a la familia en un espacio de ocio, por ejemplo, en una tarde de películas. El consumo de piratería es parte de su *habitus* de clase. Desde el inicio de su formación el pirata ya se encuentra inmerso en dicha actividad. A ese sujeto desde su círculo familiar ya se le viste y se le presenta el consumo de ese tipo de mercancías aún sin tener la consciencia de su ilegalidad, es decir, es un pirata aún antes de saberlo. Un hecho importante, porque antes de que el Estado use su propaganda o entable algún tipo de estrategia para modular el comportamiento y forjar a un sujeto “legal” el sujeto ya participa de esa actividad.

1.1. La subjetividad pirata y los Aparatos Ideológicos del Estado (AIE)

Lo interesante de que la familia sea ese primer espacio en el que la piratería se vive y se normaliza es que en cierto sentido esto contradice su función como Aparato Ideológico del Estado (AIE). En un texto muy célebre del filósofo francés Louis Althusser titulado *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado* (1971) se argumenta que una determinada formación social debe no solo

⁴¹ No podría asegurar que todas las subjetividades piratas que habitan la cultura bogotana hayan entablado una primera relación con la piratería desde el entorno familiar. No obstante, según lo que se ha observado, la familia es uno de los primeros espacios en los que la piratería tiene presencia.

producir sino además debe asegurar la reproducción de las condiciones de producción en las que se está desarrollando. Para poder llevar a cabo este proceso hay que reproducir las fuerzas productivas (mano de obra) y las relaciones de producción. Con esto en mente, Althusser se da cuenta de que para asegurar la reproducción de esa fuerza de trabajo se tiene que dar un proceso en el que se formen sujetos que puedan encarnar y cumplir los roles que se les asignen, que sean competentes y respeten las reglas del orden establecido por la dominación de clases. Ahora bien, si lo que se pretende es reproducir esa mano de obra subordinada y pasiva, el Estado se puede valer de dos tipos de aparatos: por un lado, está el Aparato Represivo del Estado (ARE) que mayoritariamente hace uso de la violencia para mantener el control, como por ejemplo el ejército o la policía cuando hay protestas; por otro lado, están lo que se denominan Aparatos Ideológicos del Estado (AIE) que como su nombre lo indica funcionan en base a la ideología dominante, entre estos encontramos el aparato escolar, el jurídico, el familiar, el informacional, el cultural y el religioso, entre otros. Lo importante aquí es que estos diferentes aparatos tienden hacia un mismo fin que consiste en asegurar la reproducción de las relaciones de producción, un proceso en el que también es necesario reproducir la fuerza de trabajo, esto último se puede entender como la formación de un tipo de sujeto o masa de sujetos que den continuidad al sistema, a esas relaciones de explotación que someten al obrero al continuo robo de la plusvalía por parte de la burguesía. Dice Althusser “es en las formas y bajo las formas del sometimiento ideológico como se asegura la calificación de la fuerza de trabajo” (1971, p. 18). De ese modo, el Estado y la clase dominante son capaces de mantener el poder y ejercer su hegemonía para dar continuidad al sistema que los beneficia en detrimento de la dignidad y la vida de otros.

Cabe señalar que, lo que Althusser denomina como ideología es “el sistema de las ideas, de las representaciones que dominan el espíritu de un hombre o de un grupo social” (1971, p. 47). Es decir, la ideología es toda una amalgama de ideas y formas de ver el mundo que subyacen al comportamiento humano, es como el trasfondo de nuestras acciones y creencias. Sin embargo, la ideología está generalmente —aunque no siempre, pues, es un campo en disputa— alineada con los intereses de la clase dominante —hegemónica— que busca reproducir las relaciones de producción capitalistas, las relaciones de explotación. El punto al que quiero llegar trayendo a colación las ideas de Althusser (1971) es que en principio estos AIE guardan dentro de sí diferentes elementos ideológicos con los que el individuo se va a transformar en un sujeto, se va a subjetivar a medida que se va formando en el espacio social independientemente de que rechace o asuma la

ideología. En este caso me parece que los AIE más importantes para pensar en la piratería son justamente el aparato jurídico, el aparato familiar, el aparato cultural y el aparato de la información.

El aparato jurídico, por su parte, lo que hace es promover un tipo de ideología que formula y busca crear un sujeto “legal” que actúe conforme a las normas que han sido consagradas, se pretende que el sujeto en su forma de ser y consumir actúe de la manera que se ha establecido como “legítima”, o dicho de otro modo, el aparato jurídico por medio de sus regulaciones supone la idea de un personaje cuyo accionar esté enmarcado en los límites que se le imponen, un sujeto abstracto que consume mercancías de manera legal. Esta “ideología de lo legal” o “del consumo legítimo” no se queda en el papel, el Estado colombiano ha entablado diversas acciones de “concientización”, para poner en movimiento esa ideología y buscar justamente que los sujetos actúen de manera legal. Estas campañas de concientización encuentran el lugar apropiado para movilizar la ideología en otros aparatos como el aparato cultural, que se encarga de producir y vender cultura, y el aparato de la información que incluye diferentes medios de comunicación como la televisión o los programas de radio. En dichos aparatos se ha buscado que la gente entienda que piratear no solo es ilegal, sino que además trae consigo todo tipo de consecuencias a nivel económico y cultural. Sin embargo, procurar que una ideología se extienda no necesariamente implica que los sujetos la asuman. Como sugiere Althusser “los aparatos ideológicos del Estado pueden ser no solamente la encrucijada, sino también un lugar donde se libra una lucha de clases a menudo de forma muy encarnizada” (1971, p. 34). ¿Qué es lo que sucede?, pues, resulta que a nivel de los aparatos ideológicos el sujeto y la clase subordinada tienen la oportunidad o el medio para expresarse y entablar una cierta rebeldía. Hay espacios en los que el Estado y la clase que detenta el poder no pueden inmiscuirse del todo, no pueden obligar el cumplimiento de la norma mediante el uso de la coerción o la violencia. Es aquí donde aparece la familia como un aparato ideológico del Estado que no cumple del todo con su función de producir un sujeto que consuma de manera legal, porque es en ese mismo espacio donde al sujeto ya se le introduce en esa actividad y se le presenta como normal. No quiero que se mal entienda, no es que la familia genere una contra-ideología, que le enseñe al sujeto a actuar fuera de los límites de lo legal, nada de eso, lo que sucede es que es un espacio en el que la “ideología del consumo legítimo” no resuena con demasiada fuerza cuando de suplir una necesidad y ahorrar dinero se trata.

El aparato jurídico funciona no solo para producir leyes y un “sujeto ideal” que las cumple, el aparato jurídico es también un aparato represivo, tiene el poder de que cuando un sujeto no se

adapta a la norma puede aislarlo por su criminalidad, llevarlo a la cárcel, o imponer una multa muy alta. Estas son medidas que en últimas aseguran un castigo para el pirata, pero además buscan que otros no sean parte de esa actividad. En teoría si hay un castigo se hace más complicado que los sujetos quieran salir de la norma. Sin embargo, en el caso de la piratería las consecuencias existen, pero muy pocas veces son percibidas porque el fenómeno es tan grande y tan excesivamente normal que resulta muy raro y complicado que una persona pague por sus “actos criminales”.

1.2. De la culpa y la piratería

Al pensar en la piratería como una parte importante del desarrollo de la subjetividad bogotana en el siglo XXI me llegan a la mente algunas dudas: ¿Cómo es posible que, en una sociedad tan profundamente religiosa, tan cargada de valores y preceptos morales cristianos, las personas afirmen no sentir culpa al consumir piratería? ¿Cómo es posible que la mayoría afirme no sentir nada al hacerlo? Si la piratería es, en términos legales, un robo ¿Cómo es que participar de ese fenómeno no nos interpela? Al respecto del tema de la culpa, el filósofo alemán Friedrich Nietzsche tiene algunas ideas que enriquecen este análisis. En el segundo capítulo de la *Genealogía de la Moral* (1972), el autor afirma que “la culpa tiene su origen en la antigua y más originaria relación entre compradores y vendedores, acreedores y deudores” (Nietzsche, 1972, p. 91), es decir, el paradigma relacional más básico que tienen los seres humanos es una relación en la que se contrae un tipo de deuda que graba en el humano un cierto sentimiento de culpa.

Nietzsche (1972) también afirmó que la responsabilidad es el resultado de un proceso de domesticación del animal-humano, que lo prepara y le da las condiciones para que le sea lícito hacer promesas. Esto último es importante porque desde la prehistoria el papel de la sociedad ha sido el de domesticar al ser humano para hacerlo más calculable, un ser autónomo, soberano y digno de responder a sus promesas. De modo que esa sociedad debe de forjarle primero una memoria capaz de recordar sus compromisos, mismos que por una especie de aflicción interna va a cumplir, va a pagar esas deudas que contrajo en el pasado para no sentir la culpa. En otras palabras, el papel de la sociedad es enseñar la culpa para domesticar el comportamiento del sujeto, dado que ese sentimiento de culpa tiene un importante componente social. Comenta Nietzsche: “para que algo permanezca en la memoria se lo graba a fuego; sólo lo que no cesa de doler permanece en la memoria” (1972, p.79). Entonces lo que hace sociedad es fijar en la memoria unas cuantas nociones o ideas que se vuelven fijas, omnipresentes o si se quiere inolvidables. Estas

ideas van a ser de un orden moral en el que conceptos como la culpa tienen cabida cuando se contraen obligaciones con los demás. Se entiende que el no pago de la deuda acarrea algún tipo de pena que “se dice, poseería el valor de despertar en el culpable el sentimiento de culpa” (Nietzsche, 1972, p.105). Dicho esto, ¿qué pasa con la piratería?

Como mencioné en el apartado anterior la familia es un espacio en el que la “ideología de lo legal” no resuena con mucha fuerza, no es un lugar en el que la ley y el Estado puedan inmiscuirse del todo. Es en la familia donde el sujeto tiene sus primeros acercamientos a la piratería como parte de un *habitus* familiar y de clase. Además, dado que es un espacio en el que la piratería es normal, cotidiana y no es mal vista, en la familia no se enseña la culpa. El sujeto no es socializado en la idea de que esa actividad está mal, y, por ende, esa “mala consciencia” (como la llama Nietzsche) o culpa no se hace presente. En otras palabras, el sujeto no siente culpa porque no fue educado para sentirla al piratear. Se puede afirmar que es muy posible que casi el 70% de las personas de la encuesta no sienten nada al consumir piratería, porque esa actividad nunca se les mostró como algo malo por lo que deberían de sentirse mal cada vez que lo hagan.

Al consumir mercancías lo hacemos bajo este mismo paradigma relacional del acreedor y el deudor. Por ejemplo, cuando voy a una librería y compro un libro contraigo la obligación legal, y moral si se quiere, de pagar o de devolver algo proporcional al valor de lo que me fue entregado. Esto es algo entendido como justo y necesario, ese tipo de obligación o de idea ya está grabada en mí, de modo que no pagar por ese objeto y simplemente sustraerlo y llevármelo debería producir en mí algún sentimiento de culpa, de que lo que hice estuvo mal y no era correcto. Sin embargo, ¿qué tal si en lugar de ir a la librería decido buscar el libro en internet, me descargo el PDF y lo imprimo? Bueno, ahí hay varias cuestiones que suceden, en principio el objeto al que se accede no es del todo el mismo, si bien el valor de uso es similar no tiene las mismas determinaciones de valor que el libro original. Sin embargo, lo que es relevante es lo que pasa en el sujeto. Se podría decir que al acercarse a esa mercancía de manera pirata no se siente ese sentimiento de culpa, caso diferente a haber robado el libro original en la tienda directamente. En ambos casos se puede decir que “el delincuente es un deudor que no sólo no devuelve las ventajas y anticipos que se le dieron, sino que incluso atenta contra su acreedor” (Nietzsche, 1972, p.93). Es decir, en las dos situaciones se creó una afectación al acreedor, en este caso el autor y la editorial, de modo que ellos dejarían de recibir la retribución económica que esperan, lo que en cierto sentido implicaría algún tipo de sanción o de pena (aunque en el segundo caso es mucho menos probable que esa pena se efectúe).

No obstante, al piratear se da el hecho de que se juntan tres realidades complementarias: la ausencia de una posible culpa interiorizada, el fetichismo de la mercancía y la excesiva normalidad que tiene este tipo de comportamiento en este contexto.

El ocultamiento de las relaciones de producción está detrás de todo este panorama o paradigma de consumo, ya sea legal o ilegal. Como mencioné en su momento, el fetichismo de la mercancía es una realidad constante sin importar que sea mercancía original o pirata. Es necesario mencionar el olvido continuo que los sujetos tienen con respecto a las condiciones que sustentan la demanda de mercancías. Si en el intercambio de mercancías a la gente se le olvida o le da poca importancia a la explotación, el plustrabajo, la plusvalía, la desposesión de los medios de producción, la inmensa brecha de desigualdad económica que está a la base del capitalismo, la violencia y todo lo moralmente reprochable que hay detrás de una mercancía original, es de esperarse que se le olvide también a la hora de consumir a más bajo costo, en lo que probablemente son condiciones de producción mucho más reprochables o cuanto menos similares. No obstante, la industria cultural tiende a ocultar este hecho con estratagemas legales, con anuncios y propagandas que saturan al mercado con nuevos productos, y que buscan que el sujeto consuma y se actualice constantemente sin importar lo que hay detrás de esa mercancía. Si a los sujetos no les importa la explotación que se hace en el Congo de personas, incluidos niños, en la extracción de cobalto para producir celulares como el iPhone, mucho menos le importan las condiciones en las que trabajan los que producen su copia pirata traída de China. A muchas personas tampoco les importa que grupos armados como el ELN tengan parte del monopolio de la piratería en Colombia, como lo evidencia Barbosa (2005) en su investigación, tampoco les importa si la disquera multimillonaria no ganó lo que tenía proyectado, o si una editorial no le pagó nada al investigador que hizo un importante artículo, o si hay impuestos que se están dejando de pagar, o si hay violencia de la más cruda detrás de lo que se consume. Así, se genera un panorama en el que las consecuencias o perjuicios que la piratería produce se hace una cuestión menos relevante.

No quiero afirmar que los piratas de esta cultura son personas inmorales o incapaces de sentir culpa por sus acciones, eso no es lo que quiero señalar. Mi punto es que con el nivel de normalización que este fenómeno tiene, sumado al fetichismo de la mercancía y la ausencia de una culpa enseñada, los sujetos simplemente abandonan momentáneamente sus apreciaciones morales en nombre de la utilidad y la necesidad, lo que no necesariamente implica que en otros estadios de su vida no actúe guiado por la moral. Simplemente se da el hecho de que la piratería es un delito

tan particular que la perspectiva de rechazo que las personas tienen del mismo no es igual a otros. Incluso, según con los datos recolectados, se puede decir que casi el 80% de las personas que habitan esta cultura están de acuerdo con que debería existir cierta libertad legislativa para acceder a algunas mercancías. Al respecto de este tema vuelvo y dejo sobre la mesa esta pregunta: ¿será momento de reformar las leyes para que se ajusten más a la voluntad de la mayor parte de la sociedad?⁴²

1.3. Del *habitus* a la resistencia y la búsqueda de desclasamiento

El sujeto se encuentra inserto en una clase específica que no solo determina su posición económica en la sociedad y su relación con los medios de producción, sino que además participa de un *habitus* de clase en el que se reflejan distinciones sociales a partir del consumo, el estatus, el capital simbólico, económico y cultural asociado a cierto tipo de objetos que son vistos como fetiche porque distinguen a su portador. Como mencioné anteriormente, en el primer capítulo, la piratería funciona a modo de objeto de distinción de clases, en ella se dan lógicas de consumo y espacios diferenciados que establecen divergencias en los patrones de comportamiento asociados a los sujetos pertenecientes a determinada clase social.

La industria cultural, aparece aquí como la creadora de cierto tipo de cultura mercantilizada que, mediante el uso de anuncios, comerciales y propagandas, busca instaurar en el espacio social ciertos tipos de necesidades y deseos; dándole continuidad a la lógica de consumos diferenciados. La industria cultural promueve una diversidad de formas de ser y consumir que se venden como “mejores” o más “deseables”, como el “estilo de vida que se debe tener” para ser feliz. En esa compra y venta de fetiches aparecen aquellos que se venden desde la idea del lujo, de lo “original”, de lo exclusivo, de tener cosas mejores que otros no pueden pagar, mejores servicios, innovaciones de última generación, etc. Lo interesante es la aparición en el mercado cultural de objetos que se venden desde la distinción, desde la diferencia que supone una superioridad por encima de otras opciones de consumo que se relegan a la “gente del común”. Esos fetiches de la distinción incorporan lógicas (hegemónicas) y espacios de consumo diferenciado, al fomentar ciertos estilos de vida buscan promover además un tipo de sujeto que consume desde la diferencia, desde la

⁴² Quisiera tratar de dar respuesta a esta pregunta y a algunas otras que he ido poniendo en la mesa (tarde que temprano se me van a caer si las sigo acumulando). Sin embargo, soy consciente de que la piratería es un fenómeno que no ha sido muy trabajado en su complejidad, así que es natural que haya temas que se me escapen. Así pues, mi compromiso como intelectual será abordar esta y otras cuestiones en futuras investigaciones.

constante negación de lo que cualquiera puede ser y tener, ese que busca un consumo estrictamente “original” y de marca. También, produce un tipo de sujeto que anhela alcanzar y ostentar ese tipo de objetos que “lo van a distinguir”, que lo van a “subir” en la escala social, lo van a sacar de su condición de clase (desclasarse), y que lo van a poner al nivel de la clase alta. Dicho lo anterior, vale la pena acercarse a este sujeto que busca el desclasamiento para seguir analizando la subjetividad.

Cuando un sujeto es miembro de la clase subordinada existe una fuerte probabilidad, incluso estadística (segundo capítulo), de que consuma piratería como parte de su *habitus*, es muy posible que sus condiciones económicas le impidan tener un consumo limitado solamente a objetos “originales”. Sin embargo, en su búsqueda de acumulación de capital económico, simbólico, social y cultural, el sujeto puede acceder a otro tipo de objetos que, aunque no son originales, tienen la capacidad de suplir una necesidad, así sea por un corto tiempo. Dado que piratear es muy normal y hace parte de un *habitus* incorporado, incluso a nivel de clase, el sujeto abandona momentáneamente la modulación del comportamiento que, desde la ley, la propaganda e incluso la moral, se le impone para que consuma de manera legítima. El sujeto le da un abrazo a la utilidad y transita las fronteras de lo ilegal para suplir esa necesidad que mencioné antes, ya sea por aparentar, por buscar formas de acercarse a la educación y a la cultura, por vestirse con lo que le alcanza, por ahorrar un poco de dinero, porque la calidad es similar, o por toda una amplia gama de razones. Lo importante es que esa decisión de escapar a la modulación constituye un acto de rebeldía contra el ejercicio de poder. Lo que el sujeto hace es, ya sea de manera consciente o inconsciente, contraponerse a las limitaciones que las condiciones de existencia le imponen, procura resistir al poder en búsqueda del desclasamiento. Una de las características de las luchas antiautoritarias es que “son luchas contra los privilegios asociados al conocimiento” (Foucault, 1991, p. 59). Este tipo de luchas se oponen y cuestionan la manera en la que el conocimiento funciona, su circulación y sus límites, lo que Foucault llama el *régime du savoir* (régimen del saber). En Colombia y particularmente en Bogotá el acceso a la educación y a la cultura se ve, o se vende, como una posibilidad de cambiar las condiciones de vida. Esto consiste en buscar la acumulación suficiente de capital cultural, simbólico y social para cambiar de situación económica, para salir de la clase en la que se nació, o cuanto menos para vivir mejor.

2. De los piratas de la cultura y la complicidad del Estado

Es muy interesante que la gran mayoría (94,5%) de los sujetos que habitan la cultura bogotana participen de la piratería ya sea de manera frecuente, ocasional o esporádica. En principio esto no solo señala que este fenómeno tiene gran magnitud a nivel social, sino que también representa un patrón continuo y quizá muy característico de la cultura bogotana, por lo que vale la pena decir algunas cosas acerca de los sujetos, de los piratas de la cultura que en esta ciudad discurren, quiero hablar de tres puntos sencillos: el ejercicio de poder asociado a este fenómeno, la efectividad de las acciones de ese ejercicio de poder, y la permisividad estatal que acompaña a la normalidad.

Luego de la firma del convenio anti-piratería en 1999, el Estado colombiano trató de reunir a diversas entidades para luchar contra la piratería y fortalecer la protección a los derechos de autor. Sin embargo, la estrategia de sensibilizar y hacer más consciente a la población mediante campañas publicitarias repartidas en los medios de comunicación, acompañado de un recrudescimiento de las leyes, y una mayor capacitación para los agentes de la ley y del ámbito jurídico, no funcionó demasiado. Según como se demostró en el segundo capítulo una parte importante de la población (73%) percibe que su consumo de piratería ha ido en aumento en los últimos años, sobre todo en los sectores más bajos de la sociedad. Una situación que, por un lado, tiene una importante relación con el progreso de la tecnología y la masificación de la cultura, pero, por otro lado, también habla mucho de la ineficiencia que tienen las medidas que toma el Estado para combatir “las malas prácticas de la piratería”.

Los intentos por generar una masa de sujetos que compren y consuman de manera legal o “legítima” resultan ineficientes. Un hecho que se explica, como ya se ha observado, desde la desigualdad económica y cultural que aquí se vive, por las lógicas hegemónicas de consumo, las dinámicas de clase asociadas a la distinción y el *habitus*. Sin embargo, en este caso es importante agregar una permisividad hipócrita por parte del Estado y de los entes que gastan los impuestos de los colombianos en una infructuosa lucha. Se podría pensar de manera inocente, que si la piratería es ilegal y está tan mal debería —al menos en teoría— ser una realidad mucho más aislada, una actividad que es constantemente perseguida con la mayor fuerza y efectividad que sea posible por parte de los entes encargados. Dado que la piratería es legalmente un robo y constituye una amplia serie de delitos que resulta en grandes pérdidas económicas para empresas, artistas y gremios enteros ¿No se supone que debería ser una actividad más marginal, antes que normal? ¿No se supone que los grandes espacios de venta y consumo de mercancía pirata deberían estar más lejos

de la policía, en lugar de a unas cuerdas y a los ojos de todos? ¿No se supone que los “piratas” de la cultura deberían ser más perseguidos? ¿Qué sucede entonces? ¿Por qué es tan fácil piratear en Bogotá?

La relación entre la piratería y la cultura es un tema que no ha sido muy tratado, al menos en el contexto colombiano, lo poco que se ha dicho desde el diálogo público, desde los medios al servicio del Estado, y de una que otra investigación como la de Martín Barbosa (2005), abogado de los Andes, apunta generalmente a las pérdidas económicas que resultan del fenómeno de la piratería y a los daños que genera para las industrias “productoras de cultura”, como disqueras, editoriales, empresas dedicadas a la creación de software y tecnología, marcas de ropa, etc. No obstante, no es mucho, quizá nada, lo que se dice sobre la forma en la que la piratería dinamiza a la cultura, y esta es una de mis apuestas teóricas.

Este proceso de dinamizar la cultura se da de dos maneras que están bastante relacionadas: la primera es una masificación o democratización del conocimiento y la cultura. Esto es el resultado de un mercado alterno de la piratería que tiene costos mucho más bajos. Ante lo ineficiente que es el Estado para hacer de la cultura y la educación algo accesible para todos, la piratería da lugar a posibilidades alternas para resistir a la creciente desigualdad⁴³. La segunda manera es la fuerte influencia que tiene la piratería en la economía del país y de esta ciudad. Hay una gran cantidad de dinero que circula en torno a la compra y venta de piratería, existe todo un monopolio que las bandas criminales (asociadas muchas veces a entes corruptos del gobierno) se disputan para mantener bajo su control. La existencia de ese mercado no solo produce muchos trabajos que se encargan de mantenerla, ya sea desde la producción, el transporte o la venta, sino que, además, para la economía significa una parte importante de su movimiento. Cualquiera que salga a caminar por San Andresito, por el Gran San, por plaza España o por muchos otros espacios de comercio ubicados en el centro de la ciudad, podría notar la magnitud del comercio de imitación que existe bajo las narices del Estado. No obstante, brindar alternativas accesibles de la cultura, además de producir trabajo y dinero, dan lugar a un panorama en el que cierto grado de permisividad en muchos casos resulta más productivo para el Estado que acabar de forma radical

⁴³ Debo aclarar que no todo lo que hay en una cultura se reduce a una cuestión de pago. La cultura tiene que ver incluso con las prácticas y los significados más ordinarios y comunes de los que participan los miembros de una cultura. Sin embargo, en este caso puntual hablo de la cultura en términos comerciales, me refiero específicamente a todos esos elementos cuyo acceso implican un intercambio económico.

con un negocio tan lucrativo, si es que tal cosa es posible. Sin embargo, cada tanto es necesario que algunos peones del negocio caigan a la cárcel (El Espectador, 2023)⁴⁴, o que se pongan algunas multas aquí y allá para dar la imagen de que la lucha contra la piratería es contundente y continua, porque, el Estado siempre debe mostrarse fuerte contra el crimen, tiene que producir la idea de que esa actividad es de lo más dañino y desdeñable para la cultura. Esa es una imagen y un discurso que el Estado debe mantener de manera hipócrita, mientras hace de la vista gorda a una realidad que, irónicamente, resulta dinamizando y vitalizando la cultura y la economía.

No se trata de negar las pérdidas económicas que la piratería pudiera producir para ciertas industrias, tampoco quiero abordar el tema de las retribuciones económicas que deberían tener las personas que están detrás de la producción de cultura para poder sobrevivir, esos temas ya han sido tratados por otras personas, sobre todo por parte del Estado con sus campañas de “sensibilización”. Lo que quiero señalar es algo distinto, porque en condiciones de desigualdad económica y cultural, piratear resulta ser una posibilidad que tienen los sujetos de acercarse a ciertos elementos de la cultura de una manera más accesible. Más allá de las cuestiones legales o morales, el sujeto amplía su conocimiento, su capital cultural, su horizonte de comprensión, lo que resulta en un hecho bastante poderoso porque posibilita que la cultura se extienda más, y a su vez, se pueda crear y recrear desde allí.

De acuerdo con las ideas del teórico marxista Raymond Williams, expresadas en textos como: *La larga revolución* (2003), *Marxismo y literatura* (1988), *La cultura es algo ordinario* (1958) y en su *Diccionario de Palabras Clave* (2003), en los que la cultura aparece como tema recurrente dentro de sus reflexiones y estudios, se dice que la cultura tiene muchas acepciones, se puede entender de diferentes maneras y apuntando a elementos diferentes de la misma, lo que complejiza su definición. Sin embargo, hay tres acepciones o categorías generales que según Williams (2003) implican una complejidad en la que se relacionan elementos reales de la experiencia cultural. Esa complejidad implica tres elementos: primero, un proceso de desarrollo y formación del ser humano dentro de una sociedad junto con sus valores e ideales (aspecto de lo ideal); segundo, el cúmulo de actividades y producciones artísticas e intelectuales que están a la

⁴⁴ Según lo informó el diario El Espectador (2023) el año pasado se dio un duro golpe a la piratería de libros en Bogotá, se dijo que el valor de los bienes incautados en ese operativo ascendía a más de \$27.000 millones de pesos. Una cifra que da un pequeño vistazo a la cantidad de dinero que es movido en el mercado pirata y también muestra que cada tanto deben caer algunos piratas para dar “resultados”. Ver: <https://www.elespectador.com/bogota/golpe-a-la-pirateria-de-libros-en-bogota-incautan-bienes-por-27000-millones/>

base de esa sociedad y que reflejan los significados y sentidos más profundos de una cultura, en otras palabras, la acumulación y la producción humana simbólica y material (aspecto documental); y tercero, formas específicas y diferenciadas de vida ya sea de un pueblo, de un grupo, de una persona o de la sociedad en general que guarda ciertos significados, valores, relaciones sociales, relaciones de producción, instituciones y el comportamiento ordinario (modo de vida) (Williams, 2003). De ese modo, la cultura en tanto que es una intrincada complejidad tiene que ver con los valores, prácticas y significados más profundos que se guardan al interior de una cultura y que buscan transmitirse a nuevas generaciones, ya sea desde la educación o de formas de producción mercantil y cultural que son vividas y llenadas de significado por los miembros pertenecientes a esa cultura.

Una cultura específica supone también una cierta forma de vivir y entender el mundo que es parte la experiencia de los sujetos. Hacer que ciertos elementos de la cultura sean más accesibles para los estratos más bajos (la clase subordinada), implica una difusión mucho más amplia de lo que la cultura es, de los productos que tiene para ofrecer, de las prácticas, los valores y significados plasmados en el conocimiento y el arte acumulado a lo largo de la historia de esa cultura. En un mundo en el que las desigualdades y las estratificaciones son una realidad cruda y latente, tener la posibilidad de obtener y acumular cultura a más bajo costo iguala un poco (aunque no aplanan) el campo de lucha por la cultura y la hegemonía. No por nada lo que más se consume pirata son series, películas, libros, material académico, ropa, software y objetos de ocio como videojuegos. Lo que se evidencia en todo ello es una lucha de clases en la que los sujetos buscan la acumulación y la distinción que conlleva, ya sea a nivel económico, social, simbólico, o cultural.

Dicho lo anterior, vale la pena agregar que una cultura no es estática, los miembros de una cultura siempre tienen la capacidad de responder al mundo de maneras diferentes, pueden entenderlo y actuar de forma distinta a la de las generaciones anteriores. En ese sentido la cultura no solo implica una acumulación, sino que también hay una constante elaboración y reelaboración de diversos elementos. Hay un movimiento en el aparecen y se forman nuevos significados y prácticas como resultado de la relación que los sujetos entablan con la cultura que les ha sido infundada. Lo que quiero señalar con esto es que, si bien la piratería genera pérdidas económicas en ciertos sectores, también produce un panorama en el que ese movimiento de elaboración y reelaboración de elementos de la cultura sea posible de manera más extensa. Un ejemplo de ello —muy claro— es la influencia que tiene en la educación. Desde las universidades se hace evidente

que sin la posibilidad de acceder a ciertos materiales como libros, películas, series y artículos científicos no sería posible, o cuanto menos se haría mucho más compleja la posibilidad de aprender lo que se quiere impartir, y, sobre todo, de producir más conocimiento. Hay que pensar en esa gran cantidad de investigaciones que son producidas desde las universidades y cuyo alimento han sido libros fotocopiados, los PDF descargados, las películas de dudosa procedencia, el software crackeado, o los materiales académicos⁴⁵ hurtados de revistas y editoriales de pago. De no ser por las facilidades que la piratería les da a las personas mucho de lo que se ha producido hasta hoy no se habría producido, así de simple. Si para escribir esta investigación hubiera tenido que pagar por cada libro que inspiró y dio sustento a mis ideas, me hubiera sido imposible dadas mis condiciones materiales de existencia. En referencia al segundo capítulo, el tema económico es la principal razón que lleva a la gente a consumir piratería.

Sumado a todo lo anterior, hay que agregar que en este panorama en el que lo ilegal tiene una cierta permisividad auspiciada por el Estado y en el que la cultura se dinamiza con ese consumo, los sujetos ocupan un lugar muy curioso en ese proceso. Al cruzar los límites de lo ilegal para consumir, entablan una cierta oposición al poder que trata de modular sus acciones para encaminarlas hacia lo que es legal. No obstante, en las periferias de lo legal el sujeto no necesariamente establece una oposición tan contundente como pudiera uno pensar de manera inocente. No es como que al consumir rompiendo las reglas se esté por fuera del sistema, no se da el hecho de que el capitalismo se detenga o se vea en peligro porque se vendan cosas en el mercado pirata porque después de todo hay dinero circulando. En últimas, el Estado reconoce el importante papel que la economía ilegal juega en la economía global, así como también la piratería en la cultura, de ahí que se les permita bajo cuerda un lugar en nuestra sociedad, aunque sea desde la hipocresía y la continua contradicción entre lo que es considerado ilegal y lo que se vive a diario como lo normal, lo cotidiano.

Independientemente de en manos de quién, no importa si es en manos de la mafia, o de la empresa, del Estado, de la editorial, de la persona de a pie, del vendedor ambulante de libros, de los que ganan dinero con anuncios en páginas piratas, o de los que fabrican mercancías ilegales, el

⁴⁵ El caso de Sci-hub es muy revelador en ese sentido. Es una plataforma muy perseguida por las editoriales y revistas académicas que cobran por el acceso a sus artículos porque en ella se pueden piratear de forma gratuita. No obstante, buena parte de la comunidad científica está de acuerdo con su existencia. Muchas veces las editoriales y revistas producen gran cantidad de dinero que en la mayoría de casos no es retribuido a los investigadores, mismos que en ocasiones tienen que pagar para ser publicados.

dinero igual se mueve, se producen trabajos, se produce una demanda, se producen situaciones de explotación, se da el fetichismo, la plusvalía, las dinámicas de clase, etc. Lo que se quebranta es una regla que en la gran mayoría de casos no tiene una consecuencia, porque, por un lado, está la normalidad de ese acto, y por otro, la permisividad auspiciada por el Estado. Esto significa que en ese tránsito entre lo legal y lo ilegal el sujeto y los sujetos primero se desentienden de la moral, abrazan la utilidad, abandonan la modulación del comportamiento, se contraponen al ejercicio de poder y se visten con la etiqueta que los separa de los que se comportan de manera adecuada, van cruzan la frontera de lo legal, consumen, y luego regresan a su lugar de personas respetuosa de las leyes y de la moral, y siguen con su vida como si nada, como si la ausencia de consecuencias y la normalidad de piratear hubieran difuminado cualquier quebrantamiento de la norma.

Conclusiones

Haber nacido y crecido en el seno de esta cultura, de sus instituciones, de sus prácticas y sentires me otorgó todo tipo de cosas: una vida llena de momentos tristes y complicados, pero también alegres y entrañables viviendo y sobreviviendo a las crudas dinámicas del barrio; una familia llena de amor y unidad que ha estado ahí siempre para apoyarme y educarme; una forma de vida que por sus condiciones tuvo que ver y sentir desde lo más hermoso a lo más decadente de esta ciudad; un interés y una cierta delicadeza para acercarme a esos otros espacios de nuestra realidad que no suelen ser enunciados ni teorizados; unos amigos y profesores que con su compañía y diálogo me ayudaron a pensar y repensar mi vida para producir ideas que confrontan una práctica cotidiana con una teoría radicalmente contextual y anti-elitista; pero sobre todo, haberme subjetivado en este contexto me dio una ventaja teórica. Tuve la oportunidad de experimentar de manera directa algunos matices de esta cultura para discernir en la relación que esta misma tiene con el fenómeno de la piratería, para inmiscuirme en sus formas de vivirse, para investigar y teorizar, y finalmente, poder afirmar lo que sería la tesis central que estuvo articulando todo este trabajo: *la piratería, aunque ilegal, es un fenómeno que está altamente ligado a los procesos de subjetivación que se dan en la cultura bogotana dada la excesiva normalización que tiene y la magnitud del fenómeno mismo, mayoritariamente en los estratos bajos.*

Seguido de esa tesis central aparecieron algunas que si se quiere son secundarias, pero que también fueron enunciadas para enriquecer la descripción y la teoría que se desprende de este fenómeno. Aunque no están en un orden específico, podría decir primero que la piratería es mayoritariamente consumida en los estratos más bajos por la clase subordinada dado que trae consigo distinciones de clase, establece una dinámica de clase en la que desde el consumo se reflejan diferencias al nivel de: el *habitus*, las lógicas de consumo diferenciado, el status legal y social del sujeto, y, en el acceso a ciertos elementos de la cultura. Segundo, el fetichismo de la mercancía es una realidad latente en la piratería. Tercero, el tema económico es la principal razón por la que las personas consumen piratería, esto teniendo en cuenta la desigualdad que en Colombia se vive. Cuarto, el continuo advenimiento y progreso de la tecnología ha aumentado el consumo de piratería. Quinto, la piratería es tan normal y tiene tal magnitud que es posible afirmar una realidad insoslayable: somos piratas de la cultura. Sexto, en la piratería se dan dinámicas de poder, por tanto, de resistencia en las que el sujeto busca el desclasamiento. Séptimo, el sujeto abandona momentáneamente la moral, la culpa y la modulación del comportamiento que se le ha tratado de

imponer para cruzar la frontera de lo legal y consumir en lo ilegal, luego, vuelve a su vida como si nada. Octavo, el sujeto es un pirata aún antes de saberlo, y es en el entorno familiar donde se da una primera relación inconsciente con esas mercancías. Noveno, el AIE familiar no cumple del todo su función y funge como un espacio de resistencia a la ideología del consumo legal y diferenciado. Décimo, la piratería dinamiza la cultura y la economía, por eso cuenta con una cierta permisividad hipócrita por parte del Estado. Todas estas tesis, sumado a la recolección de datos⁴⁶ y las descripciones que hice del fenómeno, sobre la forma en que se presenta y se vive en Bogotá, son el cuerpo y alma de la tesis central de este trabajo. Unos primeros acercamientos teóricos que son y serán el cimiento de mis futuras investigaciones, para un día poder robustecer una teoría compleja del fenómeno de la piratería. Por ahora, son esos mis resultados, los considero dignos de ser presentados, discutidos, más adelante puestos a prueba en otros contextos con el fin de enriquecer y complejizar aún más esta teoría.

Finalmente, quisiera cerrar esta investigación con una última idea que más que una tesis o una reflexión profunda es una exhortación para la gente de mi clase, para esos que sufren la enorme brecha de desigualdad que hay en este país. He de expresar lo siguiente: si los dueños del poder han de limitar nuestro acceso a la educación y a la cultura, haciendo uso de sus leyes y sus complicadas estratagemas económicas y comerciales, los miembros de la clase subordinada nos veremos obligados a robar y piratear la cultura para hacerla nuestra y no permitir que se marchite en las manos de unos pocos. Si queremos crear y recrear, pero no hay dinero para pagar, procederemos a piratear sin mirar atrás...

⁴⁶ Es importante recordar que una buena parte de los encuestados comparten características como la juventud y la pertenencia a la cultura popular bogotana.

Bibliografía

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica de la Ilustración*. Ediciones Akal.
- Althusser, L. (1971). *Ideología y aparatos ideológicos de estado*. Medellín: La oveja negra.
- Barbosa, M. (2005). *La piratería en Colombia. Una visión a sus posibles causas y propuestas para su posible solución*. Bogotá.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2018). *El sentido social del gusto elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Código penal colombiano. (2000). *Bogotá: Gama*.
- CNTV. (13 de 9 de 2021). *Comerciales CNTV No Apoye la Piratería [LAS AVENTURAS DEL PIRATA] (2000-2001)*. Obtenido de Archivo de video: <https://www.youtube.com/watch?v=HTonQ3JVqcg>
- DANE. (30 de 8 de 2019). *Censo Nacional de Población y vivienda*. Obtenido de DANE: <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#!/>
- Echeverría, B. (2012). *El materialismo de Marx*. Editorial Itaca.
- El Espectador. (04 de 09 de 2023). Golpe a la piratería de libros en Bogotá: incautan bienes por \$27.000 millones. *El Espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/bogota/golpe-a-la-pirateria-de-libros-en-bogota-incautan-bienes-por-27000-millones/>
- Foucault, M. (1970). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets editores.
- Foucault, M. (1991). *El sujeto y el poder*. Bogotá: Carpediem.
- Gramsci, A. (1981). Cuadernos de la cárcel. Fondo Documental EHK, Ediciones Era.
- Marx, K. (1946). *El capital crítica de la economía política*. México: Fondo de cultura económica.
- Mouffe, C. (1998). Hegemonía, política e ideología. En: Julio Labastida Martín del Campo (coordinador), *Hegemonía y alternativas políticas en América Latina*, pp. 125-145. Siglo XXI editores.
- Nietzsche, F. (1972). *La genealogía de la moral*. Madrid: Alianza.
- Oficial, M. (22 de 05 de 2020). Matarife "Un Genocida Innombrable" Capítulo 1 - "La granada que activó la élite". Youtube. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=DGqtp9KgPYQ&list=PLxiW2WxdIs_JRvvHRazMjog6Bxc95mgR_

Riño, N. C. (27 de 5 de 2019). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-mapa-de-los-estratos-en-las-grandes-ciudades-del-pais-2866032>

Williams, R. (1988). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.

Williams, R. (2003). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Williams, R. (2008). La cultura es algo ordinario. *Historia y cultura común*. Madrid: Catarata, 37-62.

Williams, R. (2003). *La larga revolución*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Anexo 1. Excel con los datos completos de la encuesta



Piratería y
subjetividad en la cu

(presionar doble clic para abrir el archivo)