



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Universidad Autónoma del Estado de Morelos

UAEM

Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales

Entre el aprendizaje y el robo: regalar mercancías en la red

TESIS

Que para obtener el grado de:

Maestro en Humanidades

P R E S E N T A

Lic. Alberto Ortuño Mendieta

Director de tesis:

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil

Cuernavaca, Morelos, Agosto de 2018

## *Agradecimientos.*

Esta investigación no hubiera sido posible sin el apoyo y compañía todas aquellas personas que, a lo largo de dos años de investigación, han estado conmigo. Gracias a todos y todas por sus consejos, ya fuera dentro de un aula o fuera de ella.

En primer lugar debo mencionar al Dr. Rodrigo Bazán quien dirigió esta investigación y me brindó su amistad. Gracias porque en cada corrección (de un color distinto cada una) me ayudaste a mejorar la manera en la que colocaba cada idea en una ventana de Word. Sin esos consejos y regaños no hubiera logrado hacer que mi investigación fuera medianamente decente. Al maestro y amigo Harriet García de quien recibí consejos puntuales que ayudaron a que mi trabajo pudiera alcanzar mejores reflexiones. Gracias por aconsejarme y llevarme por el camino pirata. A la Dra. Irene Fenoglio, gracias por cada consejo y palabras de aliento que me brindó, en clase o en las reuniones del comité. Agradezco también a las doctoras Beatriz Alcubierre y Miriam Peña que aceptaron leer mi tesis y ser sinodales. A las doctoras Laurence Coudart y Martha Santillán, gracias por sus clases y consejos para esta investigación.

A los demás amigos y miembros del Seminario Permanente WBMOMW: Dexter Martin, Juan Ángel y Luis “Stark” Alvarado, siempre es fructífero contar con sus comentarios y reflexiones. A mis buenos amigos Carlos Pineda, Emmanuel Serrano y Emmanuel “Tata” Bahena con quienes llegué a compartir mis ideas y sin quejas escucharon: gracias.

A mi madre Juana Mendieta y mi padre Antonio Ortuño les agradezco el cariño y apoyo que me brindan, a pesar de que me ausento por meses. Gracias por todo lo que me han dado. A Toño, Mari y Ximena, saben que los quiero mucho y siempre los apoyaré.

A Mar, gracias por todo tu amor, consejos, críticas y apoyo. Sabes que, en gran medida, eres responsable de todo eso. Siempre estás conmigo y siempre me alientas a seguir adelante. Gracias amor y compañera de viaje, esto, de nuevo, es para ti.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo I. UNA MANERA FÁCIL DE TENERLO TODO. EL USO DE <i>BINS</i> Y <i>CARDING</i> EN FACEBOOK.....	5
Redes y sociedad red.....	7
Redes sociales en Internet.....	9
Facebook.....	13
<i>Holk Gold</i> .....	16
Dinámicas internas.....	21
Capítulo II. COMUNIDADES VIRTUALES DE APRENDIZAJE INFORMAL.....	26
Comunidad virtual.....	26
Comunidades virtuales de aprendizaje.....	31
Aprendizaje formal, no formal e informal.....	34
Los lazos entre miembros de las comunidades virtuales de aprendizaje, como elemento de satisfacción.....	37
Capítulo III. LA PRÁCTICA DEL REGALO EN INTERNET.....	44
El sistema de intercambio de dones.....	44
El regalo en Internet.....	58
Capítulo IV. LA PIRATERÍA COMO TÁCTICA.....	68
Los inicios de la piratería.....	69
La “época de oro” de la piratería.....	73
La piratería e Internet.....	82
Tácticas piratas.....	89
Capítulo V. EL APRENDIZAJE, EL REGALO Y LA PIRATERÍA EN <i>HOLK GOLD</i> ....	96
<i>Holk Gold</i> como “comunidad virtual de aprendizaje informal”.....	96
La práctica del regalo y <i>Holk Gold</i> .....	104
Nuevas piraterías en Internet: <i>Holk Gold</i> .....	113
CONCLUSIONES.....	121
ANEXOS.....	128
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.....	136

## INTRODUCCIÓN.

Cuando inicié este proyecto tenía interés es saber si, como decía Guy Debord, era posible desfetichizar las mercancías por medio del robo, el uso o el regalo. Partía de la idea de que el robo y el regalo de las mercancías corrompen su condición fetichista. Con esto los objetos no están sujetos a la producción mercantil porque cualquier mercancía “cuando se le deja de comprar, se torna criticable y modificable [...] sólo cuando se le paga con dinero, en cuanto a signo de un rango dentro de la supervivencia, se le respeta como a un fetiche admirable.”<sup>1</sup> Si se evadía el pago por el producto, se evadía también el brillo deslumbrante y metafísico de la condición fetichista de la mercancía. Con esto en mente deseaba saber si estas mismas prácticas llevadas a Internet continuaban con la eliminación del fetiche en la mercancía.

Partiendo de este planteamiento procuré continuar el análisis de Debord en Internet y ubiqué un caso específico que presentara robo y regalo y fue ahí que encontré al grupo de *Holk Gold*; hospedado en Facebook, éste sería el objeto de estudio específico para comprobar si el fetiche de la mercancía desaparecía pues *Holk Gold* se dedica al *carding* y al uso de *bins* para generar tarjetas de crédito y débito falsas (útiles para acceder a plataformas como Netflix, Spotify o Deezer) que posteriormente regalan entre ellos. En términos generales tanto el *carding* como el uso de *bins* son métodos por medio de los cuales los usuarios de Facebook, y miembros de este grupo, falsifican tarjetas por medio del cifrado numérico de las mismas y generadores de tarjetas en Internet. En el primer capítulo de esta investigación se explican a detalle estas actividades.

---

<sup>1</sup> Guy, Debord, “La decadencia y caída de la economía espectacular-mercantil”, en *El planeta enfermo*, Anagrama, Barcelona, 2006, p. 22.

Como mencioné al principio, este primer acercamiento estaba condicionado a utilizar conceptos que tienen valor en el mundo *offline*, esperando que se replicaran en el *online*. Luego de un análisis de este grupo y lo que en él acontecía fue necesario replantear algunos puntos de la investigación, así como darme cuenta de que era necesario agregar elementos que no consideraba. ¿Era posible continuar con esta investigación usando las categorías que planteaba Debord? ¿O sería mejor replantear la investigación y orientarla a otro lado? En ocasiones, es mejor replantear antes que forzar los conceptos.

Cuando observaba lo que acontecía en el grupo *Holk Gold* noté que el robo y el regalo se mostraban de una manera distinta a la que se había discutido: el robo, entendido aquí como “piratería en Internet”, y el regalo tenían que ser analizados en sí mismos, transformando mi propia investigación. Además, debía ponderar los mecanismos de aprendizaje que se desarrollan en Internet y particularmente en este grupo de Facebook. Utilizo a *Holk Gold* como objeto de estudio particular ya que por medio de él desarrollo, discuto y crítico la pertinencia de un nuevo enfoque en las reflexiones sobre la práctica del regalo, la piratería y el aprendizaje en Internet al ser estos tres elementos piezas fundamentales de su funcionamiento. Teniendo esto presente, este trabajo se centra en la siguiente pregunta:

***¿cómo cambian las prácticas del regalo, la piratería y el aprendizaje en Internet?***

Si bien ésta es la pregunta central los objetivos se dividen en tres:

- 1) responder dicha interrogante valiéndome de análisis previos de estas prácticas en el mundo *offline* y su contraparte en Internet;
- 2) ver las consecuencias y posibilidades que estas transformaciones generan y;
- 3) mostrar que *Holk Gold* es un buen ejemplo para observar estas transformaciones y sus consecuencias.

Tengo como **hipótesis** que *las consecuencias de estas transformaciones pueden ser entendidas como prácticas que desvían el uso de plataformas* como Facebook; prácticas entendidas, según Michel De Certeau, como “maneras de hacer” que, por medio de ciertas operaciones, manipulan los usos correctos de las disposiciones técnicas. El uso o usos de Internet no se pueden reducir a datos mediante los cuales se crean estadísticas de consumo o aprovechamiento sino como “el repertorio con el cual los usuarios proceden a operaciones que les son propias.”<sup>2</sup> Y aunque De Certeau no contemplaba a Internet dentro de sus observaciones, considero que sus reflexiones en torno al uso y consumo, y la crítica al esquema del consumidor-esfinge son pertinentes para analizar las prácticas de los usuarios de Internet porque en éstos se apropian la herramienta, abriendo un sinfín de posibilidades.

La capitulación está dividida en cinco apartados que corresponden con lo planteado anteriormente:

En el capítulo I, “Una manera fácil de tenerlo todo: el uso de *bins* y *carding* en Facebook”, hago un recorrido conceptual de la sociedad red según Manuel Castells, una breve descripción de la plataforma de Facebook desde su fundación y ciertas actualizaciones que posibilitan grupos como *Holk Gold*. Posteriormente describo el grupo y sus actividades y de esta descripción extraigo las prácticas del aprendizaje, el regalo y los tipos de piratería que se estudiarán en los otros capítulos.

El capítulo II, “Comunidades virtuales de aprendizaje informal”, se centra en analizar posturas teóricas en torno al aprendizaje en Internet y las comunidades virtuales de aprendizaje. Contrapongo algunos puntos de vista sobre este tipo de aprendizaje porque

---

<sup>2</sup> Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. 1 artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana/ITESO, 2010, p. 37.

considero necesario reformular ciertos conceptos para poder entender mejor cómo aprenden en Internet.

En el tercer capítulo, “La práctica del regalo en internet”, muestro las principales posturas teóricas sobre la práctica del regalo: Marcel Mauss y Claude Lévi-Strauss y sus estudios sobre el sistema de dones; y discuto la necesidad de generar una nueva teoría del regalo y herramientas conceptuales que posibiliten el entendimiento de esta práctica en Internet.

En el capítulo IV hago un análisis comparativo entre la “época de oro” de la piratería marítima y la piratería en Internet ambas entendidas como tácticas de desvío: económico, ante la imposición de la compra-venta de mercancías, y de las formas de organización gestadas por el Estado. El concepto de “táctica” es tomado de De Certeau como una manera de entender las confrontaciones entre los fuertes y los débiles en relaciones de poder aparentemente hegemónicas. Este capítulo se titula “La piratería como táctica”.

En el V y último capítulo retomo los conceptos analizados en los capítulos II, III y IV para circunscribirlos en las prácticas concretas que se llevan a cabo en *Holk Gold* y mostrar con ello cómo este grupo evidencia la importancia de un nuevo análisis de estas prácticas, así como las conclusiones generales de la investigación.

## Capítulo I. UNA MANERA FÁCIL DE TENERLO TODO. EL USO DE *BINS* Y *CARDING* EN FACEBOOK.

El uso de redes sociales en Internet es cada vez más común en las actividades cotidianas de gran parte de la población. Según el INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) e *Internet World States*<sup>3</sup>, en 2016 cerca del 57.4% de la población mexicana –entre 60 y 62 millones de personas– era usuaria de Internet<sup>4</sup> y el 80.5% de quienes tenían cuentas en alguna red social (más de 12 millones) accedían a ellas por lo menos una hora diaria, haciendo de esta actividad algo completamente cotidiano.<sup>5</sup> Estas cifras han incrementado considerablemente para 2017 pues cerca de 71.3 millones de personas eran usuarias de Internet representando un 63.9% de la población de seis años o más.<sup>6</sup>

El informe *¿Qué tan conectado está México?*<sup>7</sup> Realizado por el Gabinete de Comunicación Estratégica en 2015, indica que las redes sociales poseían la mayor afluencia de visitantes en la red con un 19.8%, seguido de investigación por tareas, información académica y educativa con 17.4% y en tercer lugar información y artículos sobre temas variados no especificados con 11.6 %. Para la Asociación de Internet (antes Asociación Mexicana de Internet) las redes sociales también son la principal actividad de los usuarios

---

<sup>3</sup> Internet World Stats, *Internet users in Latin America 2015*, [en línea], <<http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>>., fecha de publicación, 30 de abril del 2016, fecha de consulta: 17 de noviembre del 2016.

<sup>4</sup> INEGI, *Estadísticas a propósito del día mundial del Internet (17 de mayo)*, [en línea], <[http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016\\_0.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016_0.pdf)>., fecha de publicación, 13 de mayo del 2016, fecha de consulta: 17 de noviembre del 2016.

<sup>5</sup> Forbes Staff, “Las 5 redes sociales favoritas de los mexicanos”, *Forbes México*, [en línea], <<http://www.forbes.com.mx/206383-2/#gs.nU9PBcQ>>., fecha de publicación, 23 de noviembre del 2015, fecha de consulta: 04 de noviembre del 2016.

<sup>6</sup> INEGI, *En México 71.3 millones de usuarios de Internet y 17.4 millones de hogares con conexión a este servicio: ENDUTIH 2017*, [en línea], <[http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018\\_02.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf)>., fecha de publicación, 20 de febrero del 2018, fecha de consulta: 01 de noviembre del 2018.

<sup>7</sup> Gabinete de Comunicación Estratégica, “¿Qué tan conectado está México?”, [en línea], <<http://en2015.gabinete.mx/conectividad>>., s/f, fecha de consulta: 04 de noviembre del 2016.



de Internet, seguidas de búsqueda de información y el uso de *e-mails*,<sup>8</sup> esta tendencia se mantendría hasta 2018 al seguir ubicando a las redes sociales en el primer puesto.<sup>9</sup> El INEGI muestra que las redes sociales siguen figurando como uno de los principales usos de Internet entre los mexicanos: a pesar de no colocarlo en el primer sitio, sino en cuarto en 2016 y quinto en 2017, el porcentaje de encuestados que indicaron usar estas redes es del 71.5%. y 76.6% respectivamente.

La información obtenida de *comScore* y del Gabinete de Comunicación Estratégica muestra que las redes sociales usadas por los mexicanos Facebook es la más concurrida. El informe *¿Qué tan conectado está México?* indica que de los usuarios que tienen cuentas en redes sociales, Facebook es la que más se utiliza con un 74.2% mientras que WhatsApp se encuentra en segundo lugar con un 12.4%. Contraponiendo estas cifras con las de la Asociación de Internet del 2018, Facebook se mantiene liderando pero incrementado al 98% de usuarios.

El incremento en el uso de las redes sociales, en particular Facebook, genera actividades y relaciones cuya comprensión requiere acercamientos que, además, las problematizan. En este capítulo analizaré y describiré un grupo llamado *Holk Gold*,<sup>10</sup> una extensión del grupo *Legión Holk* que cuenta con 43,888 miembros. De momento sólo

---

<sup>8</sup> AMIPCI, “11° estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2015”. [en línea], <[https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI\\_HABITOS\\_DEL\\_INTERNauta\\_MEXICANO\\_2015.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNauta_MEXICANO_2015.pdf)>., s/f, fecha de consulta: 04 de noviembre del 2016.

<sup>9</sup> Asociación de Internet, “14° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018”. [en línea], <

<sup>10</sup> Es importante destacar que este grupo de Facebook cuenta a la fecha (24 de abril de 2018) con 43,888 miembros, pero el número varía ya que los miembros entran y salen dependiendo de las dinámicas internas del grupo. En noviembre 4 del 2016 el grupo contaba con 51, 185 miembros, pero en los siguientes dos años llegó a superar los cien mil. Anteriormente el grupo de llamaba *Bins & Carding LH*, pero las políticas de Facebook (que se explicarán más adelante) obligaron a cerrarlo y abrirlo de nuevo con el nombre de *Holk Gold*.

describiré las prácticas realizadas en Facebook y bosquejaré las relaciones internas y conexiones alcanzadas fuera del núcleo central del grupo, que posibilitan que estas prácticas ocurran. Terminada la descripción, listaré algunos conceptos problemáticos que se pueden establecer y que una vez discutidos permitirán entender las nuevas dinámicas que Internet genera.

Es importante especificar que este análisis se centra en las prácticas de los usuarios, y no en el perfil que presentan porque ello mostraría un total desconocimiento de las prácticas cotidianas de una multiplicidad de usuarios de redes sociales que, específicamente en este grupo, utilizan cuentas y perfiles de Facebook falsos o no personales con la finalidad de ocultar su información. El grupo se dedica a generar cuentas gratuitas y membresías de plataformas como: Netflix, Spotify, Napster, Dezeer, Crunchyroll o Blim, y a hacer compras físicas en páginas como Amazon. El método utilizado es el *carding* y el uso de *bins* que posibilita que las cuentas y productos obtenidos no tengan ningún costo para los miembros lo que representa uno de los puntos más importantes de esta investigación porque se evade una transacción clásica de compra-venta.

Explicar cómo funciona el grupo y las actividades que se llevan a cabo, requiere una explicación general de lo que son las redes sociales y la web 2.0, ésta servirá como primer acercamiento y luego prestaré atención a cómo Facebook posibilitó el surgimiento de estos grupos.

### **Redes y sociedad red.**

Como muchas categorías presentes en Internet, la noción de *red* no es nueva; sin embargo, su uso y énfasis en este “espacio” sugiere un cambio por demás interesante. Internet ha posibilitado que categorías, prácticas y postulados teóricos requieran de una revisión y

posible actualización que ayude a traer a nuevos contextos investigaciones previas. El concepto de red y redes sociales no es una excepción.

Como escribe Campos Freire, refiriéndose a Howard Rheingold, la estructura en red y las relaciones sociales que este modelo genera son tan antiguas como la humanidad misma, pero la manera en la que se articulan y el carácter que adquieren en un ambiente tecnosocial dotan de una nueva dimensión el concepto mismo de red.<sup>11</sup> Manuel Castells define “red” como un conjunto de nodos sociales que, interconectados, funcionan como estructuras comunicativas y procesan flujos de información que a su vez circulan por canales que conectan a los nodos. Y afirma, asimismo, que estas redes se caracterizan porque están programadas y a su vez son autoconfigurables e interdependientes ya que su estructura evoluciona según la capacidad que tenga para renovarse buscando con esto ser cada vez más eficientes.<sup>12</sup>

Con el nuevo entorno tecnológico las redes se han convertido en una forma organizativa más eficiente porque tienen tres características que Castells identificó: flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia. En función de su flexibilidad, las redes pueden reconfigurarse según los cambios que ocurran en su entorno, la adaptabilidad permite que se expandan o reduzcan sin sufrir muchas alteraciones y finalmente, al no poseer un centro y ser capaces de actuar dentro de una amplia gama de configuraciones, su capacidad de supervivencia les permite resistir ataques a sus nodos y a sus códigos operativos.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Cfr. Francisco Campos, “La investigación y gestión de las redes sociales digitales” en *Panóptico* n° 1, Universidad de la Laguna, España, 2014, p. 13.

<sup>12</sup> Cfr. Manuel Castells., *Comunicación y Poder*, Alianza editorial, Madrid, 2009, pp. 45-47.

<sup>13</sup> *Ibid.*, p. 49.

En función de estas características, Castells define lo que es “la sociedad red”: un nuevo paradigma cuya fuente principal de productividad son la información y el conocimiento. Para Castells, la sociedad red cuenta con particularidades distintivas, siendo una de ellas que la información es su materia prima y las tecnologías se desarrollan para actuar sobre ella. Como segunda particularidad tenemos la capacidad de penetración de las nuevas tecnologías, punto donde vemos que varios procesos se moldean por el nuevo medio tecnológico. La siguiente característica es la lógica de interconexión de todo sistema o relaciones que utilizan las nuevas tecnologías para mantener contacto entre ellas. La flexibilidad, como cuarta característica supone la posibilidad de reconfiguración de las redes. Por último la convergencia de las tecnologías que hacen que el sistema de red esté completamente integrado.<sup>14</sup>

### **Redes sociales en Internet.**

Ciertas características de la sociedad red que Castells describe aparecen en la articulación de las redes sociales de Internet como las conocemos ahora. Si bien el desarrollo expuesto por este autor goza de cierta actualidad, hay elementos que han cambiado con los nuevos avances tecnológicos y los diseños dinámicos e intuitivos de sitios como Facebook, Instagram o Twitter han cambiado. Desde el surgimiento de Sixdegrees en 1997, pasando por MySpace en 2003, Facebook en 2004 o Google + en 2010, las redes sociales en Internet se han ido transformando y captando la atención de millones de usuarios que pasan gran parte de su tiempo inmersos en dichos sitios. Para analizar un grupo particular (*Holk Gold*) que se aloja en una red social específica (Facebook) es necesario entender de qué hablamos cuando nos referimos a las redes sociales en Internet.

---

<sup>14</sup>Manuel Castells, *La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura. Vol. I: La sociedad red*, Alianza editorial, Madrid, 2ª ed., 1997, pp. 105-106.

Las redes sociales en Internet surgen, sin duda, de lo que conocemos ahora como la Web 2.0. Esta categoría se atribuye a Tim O'Reilly quien en *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* clasifica y distingue entre los sitios convencionales y unidireccionales característicos de la Web 1.0 y las plataformas que están constituidas no como un línea directa de transmisión de información, sino como una articulación más o menos horizontal que está orientada al usuario y sus posibilidades para actuar en el sitio.<sup>15</sup> Las posibilidades que el modelo Web 2.0 abrieron paso a lo que Danah Boyd y Nicole Ellison articularon como *Social Network Sites*:

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.<sup>16</sup>

Esta no es la única definición que podemos encontrar de las redes sociales en Internet: Andreas Kaplan y Michael Haenlein las definen como grupos basados en aplicaciones en Internet según los principios y técnicas de la Web 2.0 y que se expanden gracias a contenidos generados por los usuarios (*User Generated Content* o UGC). Según los autores estas bases y técnicas refieren a que los contenidos pueden ser modificados por

---

<sup>15</sup> Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0 *Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*", [en línea], <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>., fecha de publicación, 30 de noviembre del 2005, fecha de consulta: 04 de noviembre del 2016.

<sup>16</sup> Danah Boyd y Nicole Ellison, *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*, [en línea], <<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>>., fecha de publicación, octubre del 2007, fecha de consulta: 04 de noviembre del 2016. "Definimos a los sitios de redes sociales como servicios basados en Internet que permiten a las personas (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, (2) articular una lista de otros usuarios con quienes comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro."

los colaboradores y partícipes del sitio y que no se requiere de actualizaciones técnicas específicas ya que estos sitios están diseñados con las funciones básicas para su tarea.<sup>17</sup>

La estructura de las redes sociales las dota con elementos distintivos entre los que destacan los actores sociales o usuarios que están inmersos en ellas.<sup>18</sup> Cada usuario ocupa una posición que lo distingue del resto dependiendo de su posibilidad de acción. Las posiciones que cada actor tenga en la estructura en red pueden ser *más o menos* centrales o *más o menos* periféricas: no podemos hablar de una centralidad definida en una estructura en red porque la interconexión de sus nodos impide que la estructura sea tajantemente centralizada, pero sí podemos destacar posiciones según aumente o disminuyan la interacción de un cierto actor social en los puntos adyacentes de la red.<sup>19</sup>

Para Félix Requena, la posición de los actores o usuarios en la estructura de las redes sociales ayuda a simplificar el análisis a medida que una red se vuelve más compleja, y, al mismo tiempo, es un factor importante para analizar las actividades y conductas de los actores en redes de intercambio de información ya que esto determina su grado de autonomía o dependencia en relación con los demás:

Así, si en una red cada actor posee unos recursos que valoran el resto de los actores, y cada vínculo (en el caso de grafos, líneas) representa la oportunidad de acceder a esos recursos valorados, entonces una estructura de red representa

---

<sup>17</sup>Andreas Kaplan y Michael Haenlein, “Users of the world, Unite! The challenges and opportunities of Social Media”, *Business Horizons, Volumen* 53, [en línea], <<http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>>., fecha de publicación, Enero–febrero 2010, fecha de consulta: 04 de noviembre del 2016.

<sup>18</sup> Aquí el uso del término “actor social” y “usuario” se conjugan ya que en informática y en lo referente a la web 2.0 el usuario o actor social no es solamente alguien que usa algo, tal como lo define la Real Academia Española, sino que es tanto emisor, como receptor de mensajes y contenidos.

<sup>19</sup> Félix Requena, *El concepto de Red Social* en *REIS*, Universidad de Málaga, España, [en línea], <[http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_048\\_08.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf)>., fecha de publicación, octubre-diciembre 1989, fecha de consulta: 05 de noviembre del 2016.

una estructura de oportunidad, en este caso de intercambio entre los actores de la red. Estas estructuras determinan el comportamiento de los actores.<sup>20</sup>

La posición que los actores sociales ocupen en función de los recursos o información que den o reciban dentro de las redes es un factor primordial para el análisis de la estructura de las redes sociales, aunque la participación individual de algún miembro no determine la totalidad de las relaciones o estructura misma de determinada red social.

Existen otras características que si bien no determinan el funcionamiento de la red, sí articulan la morfología de la misma y sus procesos de interacción: direccionalidad, contenido y duración.

El contenido refiere a los flujos de información que circulan a través de la red: el contenido vincula a los individuos que interactúan dentro y posibilita la interacción con otras redes. Un actor social podrá anclarse, gracias a la información que posea, a más de una red y a los individuos que participen en cada una de ellas de manera directa o indirecta. La direccionalidad dentro de una red sugiere que las relaciones entre los actores sociales no siempre se articulan de la misma manera. Los vínculos de amistad o parentesco pueden llegar a ser recíprocos en una determinada red, pero esto no siempre es así dentro todas las relaciones de comunicación modificando o llegando a influir en los comportamientos de los miembros de una red. Por duración se entiende el periodo de vida que una red puede tener y las variaciones que se efectúan en su composición, estas variaciones modifican relaciones o generan que la red se expanda o contraiga.<sup>21</sup>

Una última característica que podemos apuntar es que algunos investigadores, como Linda Castañeda, Víctor González y José L. Serrano, han destacado que algo distintivo de

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, pp. 40-41.

<sup>21</sup> *Ibid.*, pp. 143-145.

las redes sociales en Internet es que los nodos que fundamentan la interacción y flujo de comunicación, son las personas que utilizan las plataformas.<sup>22</sup> Es importante destacar que en función de esta idea, sitios que corresponden a la descripción dada por Boyd y Ellison, como Twitter, no correspondan cabalmente a lo que habíamos referido como redes sociales en Internet aunque estén dentro de la arquitectura de la Web 2.0. Twitter no es considerado por sus propios diseñadores como una red social y aunque tiene las tres características postuladas por Boyd y Ellison, en este sitio los nodos no son las personas, sino los mensajes que compartes en los 140 caracteres.<sup>23</sup>

### **Facebook.**

Iniciado en la Universidad de Harvard con un grupo focal de apenas 4 mil personas, el sitio TheFacebook no tardó en albergar a al menos el 95% de los estudiantes de esta institución. Diez meses después de su lanzamiento tenía presencia en alrededor de 300 universidades en los Estados Unidos, un incremento notorio si consideramos que de febrero del 2004 (fecha de su lanzamiento) a septiembre del mismo año el número de universidades unidas a través de este sitio apenas sobrepasaba las 30. El proyecto de 4 universitarios de Harvard, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes y Eduardo Saverin, poco a poco crecía y se propagaba con rapidez. En una entrevista realizada por la revista *Wired* el ahora muy conocido Mark Zuckerberg comentaba que tenía la esperanza de que durante ese mismo

---

<sup>22</sup> Linda Castañeda, Víctor González y José L. Serrano, “Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales” en *Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red*, Marfil, España, 2011, p. 51.

<sup>23</sup> *Idem.*



otoño pudieran brindar el servicio a al menos 200 universidades (cifra que se sobrepasó en un 50%).<sup>24</sup>

En un principio este sitio sólo aceptaba a jóvenes universitarios, y la manera en la que se podía regular esto era mediante el registro al sitio a través de un correo electrónico de su campus, no se permitían correos electrónicos externos a alguna universidad. Los fundadores tenían un férreo optimismo sobre el crecimiento del sitio a pesar de los gastos de mantenimiento crecían constantemente, pasaron de 85 dólares a casi 3 mil mensuales, pero gracias al pago de anuncios publicitarios por parte de Google el sitio era autosuficiente. Para 2005 el sitio cambia de nombre oficialmente a Facebook y un año más tarde cualquier usuario con un correo electrónico podía formar parte y sumaba más de 12 millones de personas activas. En el transcurso de los años Facebook ha sufrido varios cambios de los cuales, para fines de esta investigación, destacaremos dos: la transformación de sitio a plataforma y la creación, dentro de la plataforma, de los grupos de Facebook.

En 2007 se realizó esta transformación y con ello Facebook permitía construir aplicaciones a terceros con el fin de integrarlas a la misma y que los miembros hicieran uso de ellas. Desde 2006 había iniciado una primera versión de este modelo, integrando Facebook API (Application Programming Interfaces) que eran un conjunto de funciones y procedimientos que permitían desarrollar programas dentro del sitio descargando la “aplicación para desarrolladores”, pero el 24 de mayo del 2007 este modelo se lanzó de manera generalizada abriendo la posibilidad de modificar la interfaz predeterminada de la plataforma. El usuario podría agregar aplicaciones de terceros y compartirlas. Este modelo

---

<sup>24</sup>*Wired Staff Culture*, “College Facebook Mugs Go Online”, en *Wired*, [en línea], <<https://www.wired.com/2004/06/college-facebook-mugs-go-online/>>., fecha de publicación, 06 de septiembre de 2004, fecha de consulta: 07 de noviembre de 2017.

de plataforma significó una diferencia sustancial entre Facebook y sus competidores más cercanos (MySpace) pues permitía la modificación y creación directa de contenido eliminando algunas restricciones de los fabricantes y desarrolladores que trabajaban directamente con la compañía.<sup>25</sup>

Días después del lanzamiento (1 de junio del 2007) la empresa emitió un comunicado en donde daba mayores detalles sobre la plataforma, indicando que con esta transformación la interacción entre los miembros de la comunidad se hacía más eficiente gracias a la colaboración de programadores y diseñadores externos. Se podían crear e integrar aplicaciones similares a las que estaban previamente diseñadas con la posibilidad de compartirlas, pero el comunicado también hacía énfasis en mencionar que al aceptar o integrar una aplicación de empresas externas era necesario conceder el acceso de la información del perfil del usuario.<sup>26</sup> Esta transformación de sitio a plataforma es sustancial porque permitió que en Facebook se pudieran integrar los elementos tecnológicos suficientes para “montar” en la plataforma lo que ahora conocemos como “grupos de Facebook”. Si los usuarios pueden subir archivos a Facebook es, principalmente, porque se configuró, a partir del 2007, como plataforma que posibilita estas acciones.

El 6 de octubre del 2010 Facebook rediseño y actualizó los Facebook Groups, grupos que se creaban dentro de la plataforma para poder compartir fotos, videos, enlaces y demás información. Aunque la posibilidad de crear estos grupos existía desde años atrás, la nueva actualización permitía controlar su privacidad. Se agregaron configuraciones que

---

<sup>25</sup>Michael Arrington, “Facebook Launches Facebook Platform; They are the Anti-MySpace”, en *TechCrunch*, [en línea], <<https://techcrunch.com/2007/05/24/facebook-launches-facebook-platform-they-are-the-anti-myspace/>>., fecha de publicación, 24 de mayo de 2007, fecha de consulta: 14 de diciembre de 2017.

<sup>26</sup> “Platform is here” ”, en *Facebook Notes*, <<https://www.facebook.com/notes/facebook/platform-is-here/2437282130>>., fecha de publicación, 01 de junio de 2007, fecha de consulta: 14 de diciembre de 2017.

permitían hacer que el grupo fuera “abierto” lo cual significaba que cualquier usuario podía ingresar a éste y cualquier miembro podía agregar o invitar a alguien, “cerrado” que significaba que todo miembro de Facebook puede solicitar unirse y cualquier miembro puede agregar o invitar a alguien pero un administrador permite el acceso y “secreto” que sólo se puede ingresar con una invitación de un miembro.<sup>27</sup> Esta actualización de los grupos y sus nuevas categorías de privacidad son las que posibilitan que las actividades dentro de los grupos puedan mantenerse al margen de ciertos criterios restrictivos de la plataforma como se verá más adelante.

Estas dos actualizaciones son indispensables para entender cómo operan los grupos de Facebook y obviarlas significaría no considerar la relación estrecha entre los desarrollos tecnológicos y las prácticas que en este tipo de grupos se desarrollan.

### ***Holk Gold.***

Como mencioné anteriormente, en Facebook existe la posibilidad de articular grupos en donde usuarios con intereses afines pueden establecer sociabilidades paralelas a su perfil y “muro” particular. Estos grupos permiten compartir información, fotografías, videos, post de otros sitios, links de páginas relacionadas con la finalidad del grupo, etc. En Anexo 1 al final de este trabajo se puede observar un cuadro extraído de los servicios de ayuda de Facebook y se podrán ver las características generales de cada una de las categorías de privacidad (ver cuadro 1, p. 128).

El grupo *Holk Gold* está configurado como grupo cerrado, así que las dinámicas internas como publicaciones, noticias del grupo o búsqueda dentro del muro principal sólo

---

<sup>27</sup> Matt Hicks, “New Groups: Stay Closer to Groups of People in Your Life”, en *Facebook Notes*, <<https://www.facebook.com/notes/facebook/new-groups-stay-closer-to-groups-of-people-in-your-life/434700832130>>., fecha de publicación, 06 de octubre de 2010, fecha de consulta: 15 de diciembre de 2017.

pueden ser observadas por miembros actuales. Siguiendo a Castells el grupo como tal se presenta como un espacio de flujos, un espacio material en un grado simbólico que reúne prácticas que pueden ser simultáneas en un mismo tiempo cuya simultaneidad no supone una contigüidad física.<sup>28</sup> El grado simbólico al que esto refiere se explica gracias a que una de las principales bases de este espacio de flujos son impulsos electrónicos que permiten la transmisión de información, por lo tanto la contigüidad de los actores o participantes de la red no supone un grado físico sin que esto elimine la misma contigüidad. En otras palabras, el concepto de espacio material debe ser entendido simbólicamente, pues lo material de este espacio es sólo en función de los impulsos electrónicos, no en alguna característica geografía específica o delimitada.

Por otro lado, en función de los miembros y no del soporte que posibilita la red misma, el grupo se puede describir como una “multitud inteligente” en términos de Howard Rheingold pues éste está formado por individuos que actúan de manera conjunta a pesar de no conocerse: la coordinación alcanzada para aportar información al grupo no requiere ni de un contacto personal, ni del conocimiento pleno de los miembros que conforman el grupo.<sup>29</sup>

En primera instancia el grupo describe que las actividades que en él se realizan se centran en el uso de *bins* y *carding* por lo tanto es necesario explicar en qué consiste cada una de estas actividades. Un *bin* (*Bank Identification Number*) es la manera en la cual una empresa bancaria organiza las tarjetas que emite: 16 números que corresponden a una tarjeta de crédito o débito según la codificación del número. A partir de los primeros 4 a 10 números los usuarios o miembros de *Holk Gold*, pueden generar el resto de la codificación

---

<sup>28</sup> Manuel Castells, *La era de la información, op. cit.*, pp. 487-488.

<sup>29</sup> Howard Rheingold, *Multitudes inteligentes. La próxima revolución.*, Gedisa editorial, España, 2004, p. 18

introduciendo el *bin* en un generador de cuentas automático que dará la fecha de caducidad de la tarjeta, así como en número de seguridad de 3 dígitos.<sup>30</sup> Ejemplos de estos generadores de tarjetas son *darksidect.com*, *elfqrin.com* o *tiodrakeccgen.com*. Una vez obtenidos estos datos es posible llenar formularios de empresas como Netflix o Spotify, que piden una tarjeta de crédito o débito además de ciertos datos personales para obtener una membresía *Premium*.

En Internet se pueden encontrar *bins* en diferentes foros o páginas dedicadas a estas actividades. A pesar de la existencia de bases de datos que proporcionan los *bins* pagando una membresía,<sup>31</sup> dentro del grupo éstos se regalan agregando el país de donde proceden, esto indicará la *IP* necesaria para acceder a la página en donde se usará cada tarjeta de crédito.<sup>32</sup> Junto a los *bins* y lugar de origen, en algunos casos también se comparte el tipo de generador de CC (*Credit Card* o tarjeta de crédito) necesario. En los cuadros dos y tres del Anexo 1 se podrán observar ejemplos de cómo se comparte esta información (ver cuadros 2 y 3, p. 128).

El *carding*, por otro lado y según información obtenida directamente del grupo *Holk Gold*, consiste en obtener información real de un usuario de alguna tarjeta de crédito o débito. En la tabla del Anexo 2 se muestran los diversos tipos de *carding* que se llevan a cabo dentro del grupo (ver Anexo 2, p. 132).

---

<sup>30</sup> Administración, “Los bins”, *el fraude electrónico que se realiza en las redes sociales*. Cbtelevision.com.mx., [en línea], <<https://cbtelevision.com.mx/los-bins-el-fraude-electronico-que-se-realiza-en-las-redes-sociales/>>, fecha de publicación, 15 de julio del 2016), fecha de consulta: 15 de noviembre del 2016.

<sup>31</sup> Jesús Yago, *Recursos antifraude: bases de datos bin (Bank Identification Number)*, Securitybydefault.com., [en línea], <<http://www.securitybydefault.com/2013/02/recursos-antifraude-bases-de-datos-bin.html>>, fecha de publicación, 26 de febrero del 2013, fecha de consulta: 15 de noviembre del 2016.

<sup>32</sup> *IP (Internet Protocol)* refiere a un Protocolo de Internet que funciona para identificar el origen y destino de datos transmitidos vía Internet.

Una de las características primordiales de este grupo es que la mayoría de los conceptos y actividades son explicados dentro del mismo gracias a manuales redactados por los administradores y usuarios. El contenido de estos manuales es una recopilación de contenido generado por los miembros. En el Anexo 3 se muestra un ejemplo de un manual que explica lo que es una CC y cómo es que el formato de su número es predecible y puede ser generado a partir de un *bin* (ver Anexo 3, p.133). Los manuales y material educativo generado en este grupo sirve para que los usuarios contribuyan al funcionamiento del mismo, existe una dinámica interesante en este sentido: el aprendizaje de los métodos de *carding* o el uso de *bins* es un factor primordial para que las actividades dentro del grupo puedan continuar.

*Holk Gold* está formado por administradores que se encargan de generar un reglamento interno que media las actividades, aceptan solicitudes de miembros pertenecientes al grupo principal *Legión Holk*, expulsan a quienes no acaten las reglas, validan las publicaciones que se mostrarán en el “muro” del grupo y organizan la información compartida por los miembros con el fin de redactar manuales. Moderadores que activan y desactivan el grupo para tener control de las publicaciones, reportan actividades anómalas como la infiltración de otros usuarios de Facebook que no sean miembros del grupo principal, organizan grupos o chats oficiales de aprendizaje y hacen sesiones de preguntas y respuestas sobre las actividades realizadas. Por último más de cuarenta mil miembros que participan en las dinámicas, aprenden métodos, comparten *bins*, regalan cuentas de diversos sitios, aportan información y páginas para usar tarjetas generadas y regalan objetos físicos obtenidos de sitios como Amazon.

En esta estructura se relacionan, de manera mínima, siete elementos: 1. administradores generales de *Legión Holk*, 2. administradores del grupo *Holk Gold*, 3.

moderadores del grupo principal, 4. moderadores de *Gold*, 5. los miembros del grupo principal que pueden o no pertenecer a *Gold*, 6. los miembros de *Gold* que aportan *bins*, 7. métodos y participan en las dinámicas, los sitios generadores de tarjetas de crédito y por último 8. las páginas en donde se usan las tarjetas generadas. En el esquema del Anexo 4 se muestra un breve ejemplo de esta red de relaciones (ver Anexo 4, p. 134).

Siguiendo dicho esquema y la primera descripción de la articulación del grupo y algunas funciones de los miembros, podemos ver que las relaciones tienen un grado de horizontalidad que se refleja en que cada miembro funciona como un nodo que cumple una función determinada que posibilita el flujo de información. A pesar de esta aparente horizontalidad, los administradores pueden gestionar la información, haciendo que el intercambio entre los demás actores sea más eficiente.<sup>33</sup> Siguiendo a Requena, estos actores sociales ocupan una posición más central que los demás: estas atribuciones jerárquicas en la organización dotan de direccionalidad al flujo de información y no sólo se orienta hacia un solo sentido pues, por ejemplo, en la creación de manuales la fuente primordial que los posibilita parte de los demás miembros.<sup>34</sup> Un ejemplo de esto es la manera en la cual los administradores recolectan material para la creación de estos manuales y se puede corroborar en el cuadro cuatro (ver cuadro 4, p. 129).

La convergencia de los miembros, administradores y moderadores en esta red posibilita que los vínculos que se crean en el grupo no requieran de una conexión directa con cada uno de ellos; dada la cantidad de miembros eso sería casi imposible. A pesar de eso el grupo sigue articulando puntos de encuentro que hacen de esta red un espacio de transmisión de información efectivo y conexión entre los sitios terceros. Por ejemplo, no

---

<sup>33</sup> Félix Requena, *El concepto de Red Social*, op. cit., p. 141.

<sup>34</sup> *Ibid.*, p. 144.

todos los actores se encuentran vinculados de manera directa con los sitios externos como lo son los generadores de CC, a pesar de ello mantienen contacto con otros usuarios que los conectan a su vez con las páginas en donde son utilizadas las CC generadas por medio de las dinámicas internas que se explicarán a continuación.

### **Dinámicas internas.**

Anteriormente se mostró como se comparten los *bins* y sitios para generar tarjetas de crédito, pero una de las principales dinámicas dentro del grupo es el regalo de membresías de manera directa o mediante juegos. En los cuadros cinco, seis y siete se muestran tres ejemplos (ver cuadros 5, 6 y 7, p. 129). En el número cinco se observa uno de los sorteos o juegos más básicos y comunes dentro del grupo: el objetivo es que el los miembros comenten la publicación las veces que sea necesario, al cabo de dos minutos el miembro que realizó la publicación desactiva los comentarios y quien haya escrito el último comentario ha ganado la cuenta, misma que pudo crearse gracias a una tarjeta generada. En seis y siete se muestran otros dos juegos. En el cuadro seis el objetivo es nombrar la canción que el usuario, aparentemente, está escuchando; si alguien comenta acertadamente ha ganado. Por otro lado, en el cuadro siete la decisión de regalar la cuenta depende del juicio de quién postea la publicación: si considera que un video le ha agradado, ese miembro se lleva la cuenta. En estos ejemplos podemos ver que a pesar de no estar directamente relacionados todos los miembros, la articulación de esta red es efectiva y muestra cierto carácter lúdico en sus actividades.

En tanto sistema de red, este grupo reproduce características que se habían destacado anteriormente al describir su funcionamiento según Castells: flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia. Comenzando por la capacidad de supervivencia, Castells indicaba que las redes pueden resistir a ataques directos a sus nodos



o códigos internos, ya que estos códigos operacionales están contenidos en una multiplicidad de nodos que pueden reproducir instrucciones y así encontrar diversas formas de actuar.<sup>35</sup> No es objetivo de este trabajo juzgar las actividades de este grupo, la labor es meramente descriptiva y esquemática. Pero a primera vista se puede observar que dichas prácticas pueden ser calificadas como delictivas; por tal razón y dado que el grupo se aloja dentro de Facebook, éste está sujeto a políticas específicas que hacen que pueda ser eliminado de manera repentina.

En sus “Normas Comunitarias”, Facebook prohíbe estrictamente promover u organizar actividades delictivas que ocasionen daños físicos o económicos a personas o empresas, así como el apoyo a grupos involucrados en actividades delictivas.<sup>36</sup> A pesar de que el grupo ha dejado de operar como consecuencia de esta normatividad, se ha vuelto a reconfigurar en repetidas ocasiones (lo cual pone en duda la efectividad de la seguridad de Facebook). El grupo actual (*Holk Gold*) ha tenido varias reconstrucciones, la primera el 17 de septiembre del 2016, una más el 18 de septiembre del 2017 y la última el 12 de abril del 2018 con los mismos administradores que, en términos de Castells, fungieron como nodos reproductores de instrucciones y encontraron una nueva forma de continuar con las actividades. Lo anterior también muestra la flexibilidad de esta red, ya que puede reconfigurarse en función de los cambios o exigencias de su entorno soslayando los bloqueos y encontrando nuevas conexiones. La adaptabilidad descrita por Castells, cuyas características se centran en la capacidad de expandirse o reducirse sin alterar su funcionamiento, se muestra en la labor de los administradores que agregan o eliminan miembros en concordancia con la reglamentación interna.

---

<sup>35</sup> Manuel Castells, *La era de la información*, p. 49.

<sup>36</sup> Facebook, *Normas comunitarias*, [en línea], < <https://www.facebook.com/communitystandards#>>., s/f, fecha de consulta: 17 de noviembre del 2016.

En función del reglamento (ver cuadro 8, p. 130), es necesario destacar algunos puntos importantes que guardan relación con las actividades antes descritas y que posteriormente servirán para problematizar algunos conceptos que resaltan de dichas prácticas. El primero de ellos es que la gratuidad es un elemento de suma importancia: no se acepta de ninguna manera cobrar por alguna cuenta o agregar acotadores con publicidad. Según la regla número 4 se eliminará del grupo de manera permanente a quien venda, añada publicidad o agregue algún virus al grupo. De la misma manera se aclara en el primer punto de las recomendaciones que las guías que los administradores publican son totalmente gratuitas. Este elemento es destacable ya que este grupo no es el único en Facebook que se dedica a este tipo de actividades, *bins* y *carding*, pero si es el único que no cobra por ninguna cuenta, *bin*, tarjeta bancaria o método para efectuar las transacciones.

Otro punto notable es que, por un lado, se penaliza no participar en las dinámicas y “mendigar” por cuentas o métodos, pero se castiga igualmente el acumular cuentas ofertadas porque se espera que la mayor parte de los miembros pueda hacerse con los beneficios que las dinámicas ofrecen participando en las actividades que definen al grupo y jugando bajo las reglas que definen su(s) juego(s). La reglamentación en su totalidad articula el funcionamiento de la red, así como delimita ciertas actividades que se llevan a cabo dentro de ésta. No obstante, la flexibilidad de la plataforma que Facebook provee, permite que no todo el reglamento se cumpla obligando a que las dinámicas cambien y se autoconfiguren en cada momento. Por ejemplo en la regla 8 del punto A que refiere al carácter obligatorio de un nombre o apodo que vincule al miembro al grupo general *Holk*, puede ser y es evadida si los usuarios así lo desean. No hay posibilidad de que los administradores o moderadores corroboren este punto, a menos que se presente una queja

directamente en el “muro” del grupo o en la bandeja de mensajes de alguno de los administradores.

Las siguientes reflexiones plantean interrogantes que trascienden las actividades del grupo descrito hacia otras realizadas en Internet. El análisis y descripción de *Holk Gold* permite que conceptos que parecen poco problemáticos o que pueden pasar desapercibidos se muestren interesantes y conflictivos.

El primer concepto parece oculto dados los objetivos manifiestos del grupo, es el aprendizaje. A pesar de que esta red indique y muestre que el punto focal de sus actividades es el uso del *cardig* y de *bins* para diversas finalidades, el aprendizaje y generación de conocimientos es la línea medular que posibilita todas las demás operaciones. En este contexto podemos preguntarnos: ¿cómo se articula la relación de enseñanza-aprendizaje en Internet?, no sólo en los espacios que se crean con la finalidad de servir como recursos de consulta y aprendizaje, por ejemplo las wikis, sino en espacios como Facebook en donde se aloja este grupo.

El siguiente punto, y esta vez sí en función de las actividades y finalidades manifiestas dentro del grupo, es la manera en la que entendemos el robo y hurto en Internet: a fin de cuentas, las nuevas maneras de realizar piratería en Internet. Con el *carding* es claro que se recurre a una estafa pues se accede a información real y personal de los clientes bancarios: a pesar de que ellos puedan rechazar los gastos en sus tarjetas ante su unidad bancaria, la estafa está presente. Con el uso del *bin* las cosas no son tan claras.

Los generadores de tarjetas en donde se introducen los números del *bin*, crean una serie de números aleatorios que dan como resultado números válidos que pueden ser utilizados en los sitios antes descritos. Que estos números sean válidos no supone que sea una cuenta activa y que ésta sea de una persona: sólo funciona porque la codificación de la

tarjeta ante los filtros de seguridad de páginas como Deezer, Napster o Crunchyroll supone que así es. En este tipo de actividades surgen las siguientes interrogantes: ¿*qué es* lo que se roba o hurta con este tipo de prácticas? ¿A *quién* se le está robando, a la empresa o sitio prestador de servicios o a los bancos a los que pueden pertenecer las tarjetas y por qué? Y ¿Cuál es la relación entre los desarrollos tecnológicos y los cambios en la piratería? Por otro lado, es interesante analizar la organización que resulta de las reglas que se establecen dentro del grupo. Existe un orden que permite el funcionamiento de sus dinámicas, al mismo tiempo que permite realizar este tipo de piratería al margen de los estatutos y disposiciones de Facebook.

Por último el concepto de regalo. Gran parte de las cuentas que se obtienen por los medios descritos son membresías de “regalo” que los sitios crean para promocionar sus servicios. A pesar de ser regalos, existen condiciones necesarias para ser acreedor a este obsequio, como tener un respaldo bancario. Con las CC generadas este regalo obtenido, sin acatar las condiciones impuestas por los sitios y empresas, vuelve a regalarse, esta vez a los miembros del grupo, por medio de dinámicas o directamente posteando las cuentas y contraseñas. Lo interesante en esto es preguntarse por la manera en la que entendemos el regalo, ¿es acaso un mecanismo que requiere un compromiso y un común acuerdo entre dos partes, o es desinteresado y puede no necesariamente prever una reciprocidad?

Para fines de esta investigación analizaré cada uno de estos conceptos asociados a sus correspondientes prácticas en Internet: el aprendizaje-conocimiento, el regalo y la piratería. Dedicaré los siguientes tres capítulos a estudiar cada una de estas prácticas y sus respectivas transformaciones al realizarse en Internet para que, finalmente, estas reflexiones ayuden a entender las dinámicas internas del grupo *Holk Gold* que he expuesto en este capítulo.

## Capítulo II. COMUNIDADES VIRTUALES DE APRENDIZAJE INFORMAL.

En este capítulo me propongo analizar algunas posturas teóricas que han sido desarrolladas alrededor de la idea del aprendizaje en Internet y las comunidades virtuales de aprendizaje. El objetivo es dar cuenta de que a pesar de la pluralidad de acercamientos a estas comunidades, existen algunos supuestos que deben ser confrontados. Principalmente: el supuesto de que el éxito del aprendizaje en Internet está determinado por la fortaleza de los lazos establecidos entre los miembros de las comunidades de aprendizaje y de los objetivos presupuestos por los miembros.

### **Comunidad virtual.**

En primer lugar es necesario establecer lo que se ha entendido como comunidad virtual. Manuel Meirinhos y Antonio Osorio en su artículo “Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel de la central de la colaboración”,<sup>37</sup> proponen una revisión del origen de este concepto partiendo de Howard Rheingold y destacando los aportes de Amaury Daele, Jean-François Marcotte, Christopher Johnson y César Coll.

Meirinhos y Osorio subrayan que el origen y popularización de dicho concepto corresponde a los estudios realizados por Rheingold y explican que este tipo de comunidades son las nuevas sociedades de individuos que se desarrollan en la Red en donde se establecen discusiones públicas que generan redes de relaciones personales en el ciberespacio. Siguiendo a Daele, los autores destacan que las comunidades virtuales son

---

<sup>37</sup> Meirinhos, Manuel y Antonio Osorio, “Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel central de la colaboración”, *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, núm. 35, julio, 2009, pp. 45-60 Universidad de Sevilla, España.

“nuevas formas de interacción, estructuración y organización a través de redes de comunicación.”<sup>38</sup> Por otro lado, exponen que Johnson define a las comunidades virtuales como las que han logrado vencer las barreras geográficas y temporales gracias a la tecnología; y que Internet permite su existencia. Sostienen que Marcotte plantea que la virtualidad de estas comunidades reposa en que las relaciones fueron desarrolladas y soportadas en la Red, y que, según Coll, se caracterizan por ser una comunidad de intereses similares que usan las tecnologías de la información y comunicación (TICs) como instrumento facilitador de intercambios y comunicación entre sus miembros para promover el aprendizaje.<sup>39</sup>

En estas definiciones expuestas por Meirinhos y Osorio es claro que la existencia de las comunidades virtuales reside en el uso del Internet para facilitar el intercambio de información y organización entre sus integrantes. El desarrollo y avance en las TICs posibilitaría la mejor operatividad y pluralidad de éstas. A pesar de lo que se ha mostrado, aún existen discusiones que se centran en el carácter virtual de este tipo de comunidades, ya que este adjetivo puede ser problemático.

En primera instancia lo virtual puede entenderse de dos maneras: como una copia imperfecta de algo real y como una resolución de las imperfecciones del mundo real. Esta segunda aserción no entendida como negativa, sino como complementaria.

En la primera perspectiva de lo virtual, expone Ignacio Siles, se considera este ámbito como secundario cercano a una falsa aproximación de lo real:

---

<sup>38</sup> *Ibid*, p. 47.

<sup>39</sup> *Ibid* pp. 47-48.

Lo virtual es a lo real lo que la copia es a lo original: un reflejo, una representación a veces fiel y a veces rebelde. Esta aproximación está basada en una posición teórica de la representación según la cual lo virtual está subordinado a la entidad original de lo real.<sup>40</sup>

Esta primera aproximación a lo virtual revela que, como tal, la realidad está ubicada en un lugar más alto y mejor que aquella virtualidad. Una comunidad virtual sería, en este sentido, inferior a cualquier otra comunidad que se desenvuelva en un espacio físico de lo real. Las relaciones que en ella se establecen son sólo una sombra de aquello que “debería ser”. Si bien es cierto que esta disyuntiva real/virtual supone una “verdadera” realidad, nos ayuda a entender que una comunidad virtual sea considerada como menos valiosa que cualquier otra, sea la que sea, que se presente fuera de Internet. Siles retoma esta primera idea de lo virtual como una degradación de lo real, como un doble o un simulacro tal como lo supondría Baudrillard.<sup>41</sup>

La idea de la virtualidad u otra realidad degradada no es algo novedoso. Las críticas que se pudieran hacer al mundo virtual caracterizándolo como una copia del mundo real pudieran ser sólo un eco de las críticas de Platón al mundo sensible expuesto en el libro séptimo de la *República*.<sup>42</sup> La caverna platónica invertida, en donde lo sensible tiene mayor peso ante el mundo virtual que carece de la complejidad sensitiva. Así lo virtual se identifica hasta con lo peligroso pues se descuidan los verdaderos lazos comunitarios que el mundo real supone.

---

<sup>40</sup> Ignacio Siles, “Internet, virtualidad y comunidad”, en *Revista de Ciencias Sociales* [en línea], <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15310805>>, ISSN 0482-5276, fecha de publicación, 2005, fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016, p.60.

<sup>41</sup> *Idem*.

<sup>42</sup> Platón, *República*, Gredos, Madrid, 2014, pp. 222-228.

Como contraposición a esta postura, se encuentra la idea de lo virtual como una posibilidad de superar las imperfecciones de lo real. La virtualidad supondría la realización de las posibilidades latentes del mundo real: en esta nueva aproximación no existe una degradación de lo real sino más bien lo real se complementa o hiperrealiza.<sup>43</sup> Siles expone que en esta segunda manera de entender la virtualidad no se contraponen necesariamente a la realidad, no ve en ella una eliminación sino una complementación en la cual los errores de una, pueden ser superados por la otra:

Si lo virtual permite actualizar en distintas medida los potenciales de lo real, en esta segunda postura epistemológica la comunidad virtual puede entonces servir para colmar las lagunas de un mundo imperfecto.<sup>44</sup>

Las comunidades virtuales entendidas de esta manera no corresponderían a un carácter negativo: no se contraponen a las comunidades y relaciones sociales “reales”, sino que llenan los espacios que la realidad no puede llenar en tanto espacio físico determinado. Si pensamos que las comunidades virtuales no están sujetas a un espacio geográfico definido y que pueden conectar a sus miembros sin importar en donde estén gracias a Internet, entonces esos vacíos comunicativos que la distancia (o los medios de comunicación arcaicos) posee, quedan complementados gracias a este tipo de interacciones.

Siles rompe esta dicotomía porque retoma la idea de Pierre Livet sobre la intencionalidad. Desde la intencionalidad las comunidades son siempre virtuales porque es imposible saber con certeza las intenciones de los demás miembros de la colectividad: la comunidad es asumida como previamente existente y constituida, se interpreta de manera

---

<sup>43</sup>Ignacio Siles, *op. cit.*, p. 61.

<sup>44</sup>*Idem.*



diversa por cada miembro y esta interpretación hace que lo que se entiende como real no sea más que una proyección del individuo que la constituye.<sup>45</sup> En palabras de Siles:

Las hipótesis hechas por los individuos sobre las intenciones de las otras personas no son representaciones perfectamente definidas que preexisten a la acción u la anticipan, sino que evolucionan y se definen a mitad de camino por un proceso de revisión y concretización [...] Desde este punto de vista, la comunidad sería siempre virtual ya que es imposible identificar con certitud las intenciones del prójimo y porque los individuos están obligados a referirse a colectivos que suponen ya constituidos.<sup>46</sup>

Visto de esta manera, lo que separaría a las comunidades virtuales *online* de las *offline* sería que las primeras son:

Espacios híbridos, redes sociotécnicas capaces de dar cuenta de las especificidades de los nuevos artefactos técnicos de la comunicación[...] espacios de negociación entre usuarios, de construcción de dinámicas sociales, de estructuras, de contextos de emergencia y de interacciones particulares.<sup>47</sup>

Mientras que las segundas a pesar de también ser virtuales y compartir algunas de las características anteriores, no requieren, necesariamente, de los nuevos artefactos técnicos de la comunicación.

Luis Ángel Fernández menciona que con el desarrollo de las comunidades virtuales nos encontramos con un nuevo modelo de organización social, un nuevo espacio político, pero:

No se trataba de la política como la habíamos entendido hasta entonces con las características de continuidad en la actividad, crecimiento sobre lo hecho

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, p. 61

<sup>46</sup> *Idem.*

<sup>47</sup> *Ibid.*, p. 66

(tradición), propósito explícito de conquista de espacios sociales o administrativos y elaboración de agendas de actividad a partir de lo actuado.”<sup>48</sup>

El autor menciona que con esta nueva organización social uno de los factores preponderantes es el manejo de la información, lo que anteriormente correspondía a grupos selectos de individuos, con las comunidades virtuales se desplaza hacia la cooperatividad de los agentes sociales.<sup>49</sup> Es necesario aclarar que si bien estos bienes como el saber y la información no representan exclusividad, rivalidad, divisibilidad o escasez que permitieran privatizar y mercantilizar su uso o reproducción, existe la tendencia de redireccionar y orientarlos como mercancías.<sup>50</sup>

### **Comunidades virtuales de aprendizaje.**

Estos nuevos espacios sociales han generado la necesidad de ser analizados en su especificidad: dar cuenta de que el núcleo de muchas de sus actividades se centra en la información. La generación de conocimiento y aprendizaje dentro de estas relaciones virtuales puede identificarse como una condición inherente del desarrollo tecnológico en el que nos encontramos, aunque esto no sea una determinante necesaria. En esta línea de ideas, Manuel Castells considera que la tecnología no determina a la sociedad, ni viceversa pues muchos factores intervienen en el desarrollo científico e innovación tecnológica, de modo que esta relación depende de un complejo modelo de interacción. Y en su exposición

---

<sup>48</sup> Luis A. Fernández, “Comunidades virtuales”, en A. Ambrosi, V. Peugeot y D. Pimienta (eds.), *Palabras en juego: enfoques multiculturales sobre la sociedad de la información*. C&F Ediciones, s/p, 2005, p. 123.

<sup>49</sup> *Ibid*, p. 120.

<sup>50</sup> Yann Moulier-Boutang, “Riqueza, propiedad intelectual, libertad y renta en el capitalismo cognitivo” en E. Rodríguez, B. Baltza y A. García (eds.), *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Traficantes de sueños, España, 2004, p. 117.

sobre la sociedad red subraya que el conocimiento y la información son la principal fuente de productividad.<sup>51</sup>

En las definiciones de comunidades virtuales mencionadas, podemos notar que la gestión de información representa un punto medular. Diversos autores han centrado sus investigaciones en esa posibilidad de aprender, gestionar y transmitir conocimientos. Comunidad virtual de aprendizaje, ha sido uno de los conceptos que han ayudado a definir la particularidad de estas interacciones.

Cuando hablamos de comunidades virtuales de aprendizaje, es necesario partir de una definición concreta de conocimiento que ayude a entender la manera en que éste se articula en la Red. Partiremos de la adecuación que hace Carles Dorado del concepto de conocimiento expuesto por el biólogo Humberto Maturana, ya que éste tiene como principio constitutivo la interacción. Dorado expone que el conocimiento que se genera en Internet tiene como característica principal que no es una operación en la cual podemos referirnos a una clase de realidad aislada o independiente de nosotros, sino más bien refiere a una operación de interacción, mediación y coordinación que tiene como resultado las acciones que los seres humanos podemos realizar.<sup>52</sup> El conocimiento es entendido como una operación que necesita de la participación y mediación de varios participantes para que su producto genere acciones concretas. La creación de conocimiento dependerá también de las disposiciones técnicas y tecnológicas que intervengan en estas mediaciones: si la interacción, mediación y coordinación son los elementos que constituyen el conocimiento,

---

<sup>51</sup> Ver Castells, *La era de la información.*, pp. 30 y 41.

<sup>52</sup> Carles Dorado, "El trabajo en red como fuente de aprendizaje: posibilidades y límites para la creación de conocimiento. Una visión crítica", en *EDUCAR* vol. 37 [en línea], <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342130826002>>. ISSN 0211-819X, fecha de publicación, 2006, fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016, p. 13.

entonces los avances tecnológicos que posibiliten el desarrollo de estas operaciones modificarán la gestión, generación y transmisión de conocimientos.

Dorado trata de dar cuenta de la importancia de estas transformaciones pues considera que la aparición de Internet a gran escala ha tenido repercusiones en el ámbito educativo: con los desarrollos realizados en materia de tecnologías de la información y del conocimiento, es posible notar el surgimiento de nuevos entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje que se basan plenamente en la comunicación en Red permitiendo la formación a distancia creando comunidades educativas.<sup>53</sup> La constitución de nuevos entornos de conocimiento, tal como se la plantea Dorado, puede ser bastante limitada. Aunque encuentra en Internet la posibilidad de plantear nuevas modalidades y formas de conocimiento, esta formación a distancia a la que refiere se asemeja a una simple sustitución de los entornos físicos por los virtuales; un movimiento en el que la educación sigue restringiéndose a ciertos formalismos determinados por la educación tradicional. En otras palabras, la transformación se centraría en el cambio de entornos educativos y no en las implicaciones que este cambio puede generar.

Siguiendo a Joaquín Gairín, definiré formalmente “comunidad virtual de aprendizaje” como aquella agrupación de personas que utilizan las tecnologías desarrolladas en Internet y que se organiza para construir e involucrarse en proyectos educativos, que aprenden por medio del trabajo cooperativo y solidario abierto, participativo y flexible que difiere de los modelos tradicionales.<sup>54</sup> Las comunidades virtuales de aprendizaje pueden llegar a tener conexiones fuertes y ligadas a objetivos

---

<sup>53</sup> *Ibid*, pp. 14-15

<sup>54</sup> Joaquín Gairín, “Las comunidades virtuales de aprendizaje” en *EDUCAR* vol. 37, [en línea], <[www.raco.cat/index.php/Educar/article/download/58020/68088](http://www.raco.cat/index.php/Educar/article/download/58020/68088)>., fecha de publicación, 2006, fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016. pp. 55-59.

concretos, pues el motivo principal de su existencia es el aprendizaje, la formación y el intercambio creativo, como señala Gairín:

Las comunidades virtuales de aprendizaje (CVA) presentan las mismas características de toda (CV), pero tienen sus especificidades y responden a necesidades particulares. Normalmente, se *identifican* como conjunto de personas o de instituciones conectadas a través de la red que tiene como objetivo un determinado contenido o tarea de aprendizaje.<sup>55</sup>

Según Gairín la posibilidad de existencia de una CVA está dada por determinado contenido o tarea que involucra aprendizaje y este objetivo debe estar ligado a fuertes relaciones entre sus participantes; y éste –suponer la necesidad de fortaleza en las relaciones– es uno de los problemas que suponen las comunidades de aprendizaje. Punto que se discutirá adelante, porque la de Gairín no es la única interpretación que invoca vínculos fuertes para evaluar la operatividad de una CVA; pero que obliga a especificar antes si es estas comunidades *necesitan* fundamentarse de manera consciente en el conocimiento y aprendizaje como objetivo definido o si la obtención de éstos puede no estar prevista y aun así articularse una comunidad en función del aprendizaje. En otras palabras: es necesario pensar en las comunidades virtuales de aprendizaje que no fueron diseñadas con ese propósito, pero que a pesar de esto centran sus actividades en el aprendizaje.

### **Aprendizaje formal, no formal e informal.**

Ante una transformación educativa como ésta, es necesario establecer una distinción entre los modelos clásicos de aprendizaje y sus nuevas posibilidades en el plano de la virtualidad.

---

<sup>55</sup> *Ibid.*, p. 56.

En primer lugar tenemos el aprendizaje tradicional que se caracteriza por fundamentarse en modelos de enseñanza articulados a espacios físicos como los salones educativos; este tipo de aprendizaje es repetitivo y se realiza “siempre dentro de recintos educativos, mediante secuencias organizadas por metas, objetivos y grados de avance.”<sup>56</sup> Son los modelos educativos clásicos que reposan en prácticas concretas desarrolladas en aulas, en donde la transmisión de información es vertical y unidireccional: profesor y alumnos en una relación subordinada, en donde el primero “posee” el conocimiento y los segundos lo reciben con la intención de reproducirlo. Las evaluaciones y exámenes tienen como objetivo corroborar que los aprendizajes hayan sido aprendidos o memorizados. En el aprendizaje formal pueden variar los programas educativos, pero la manera en la que se comparten no sufre variaciones drásticas.

Como segundo modelo de aprendizaje está el no formal, que se distingue del primero porque la manera en la que se realiza es más libre: no necesita de tiempos específicos y tampoco una secuencia o evaluación. Pero si requiere de metas u objetivos y es producto de una planificación con métodos y estrategias pedagógicas.<sup>57</sup> Espacios más atractivos que las escuelas como los museos educativos o talleres interactivos que hacen uso de nuevas tecnologías e Internet, clases a distancia que corresponde a metodologías específicas de enseñanza, dan muestra de estos mecanismos que se distancian, hasta cierto punto, de la tradición de asistir a una aula con un horario definido.

---

<sup>56</sup> Guillermo Orozco, “De la enseñanza al aprendizaje: desordenamientos educativo-comunicativos en los tiempos, escenarios y procesos de conocimiento” en *Nómadas*, [en línea], <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105117678010>>. ISSN 0121-7550, fecha de publicación, octubre 2004, fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016, p.125.

<sup>57</sup> *Ibid*, pp. 125-126.

El aprendizaje informal se diferencia de estos dos porque, aunque su realización dependa de las que Internet abre, éste no requiere de metodologías pedagógicas, planeación u objetivos específicos, tal como expone el comunicólogo Guillermo Orozco:

No requiere ser resultado de situaciones o esfuerzos intencionales educativos. Hasta puede ser un aprendizaje fortuito que viene acompañado de otros aprendizajes. Por eso también se le conoce como aprendizaje incidental.

Informalmente se puede aprender aun sin proponérselo. Y por supuesto que se puede aprender aun lo que no se desea o algo que puede ser perjudicial para nuestro desarrollo educativo integral.<sup>58</sup>

Esta idea del aprendizaje informal no supone una postura idílica de la educación, sino un planteamiento que revela las posibilidades que los desarrollos tecnológicos han generado. No es una postura tecnófila en donde el aprendizaje en la Red puede ser, necesariamente, reflexivo o crítico, sino que muestra que con la horizontalidad de las plataformas tecnológicas se potencializa la socialización del conocimiento.

Con estas características informales del aprendizaje, la unidireccionalidad y formalismo de los procesos educativos se disipan en hechos cotidianos en donde el centro del aprendizaje se centra en la creatividad o exploración del sujeto y su entorno.<sup>59</sup> Las comunidades formales de aprendizaje regulan, monopolizan e institucionalizan la forma en la que se intercambian los recursos, mientras que en espacios como *wikis* o blogs los

---

<sup>58</sup> *Ibid.*, pp. 126-127.

<sup>59</sup> R. González, “La internet como espacio de producción de capital social: Una reflexión en torno a la idea de comunidad informal de aprendizaje” en *Revista Mexicana de Investigación Educativa* vol. 14, [en línea], <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14004009>>. ISSN 1405-6666, fecha de publicación enero-marzo 2009, fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016, p. 177.

miembros canjean libremente y de manera casi directa el producto de su experiencia y prácticas cotidianas.<sup>60</sup>

Las comunidades virtuales podrían, en este punto, dividirse entre: las que centran su desarrollo en objetivos pedagógicos definidos haciendo uso de las TICs que se entenderían como comunidades virtuales de aprendizaje no formal y las comunidades virtuales de aprendizaje informal que no necesitan de planeación, objetivos, metas o evaluaciones que demuestren el aprendizaje obtenido ya que, en algunos casos, éste no es buscado. Las intenciones de sus participantes no deberían ser una determinante para la conformación de dichas comunidades ya que, si consideramos redes sociales como Facebook, pueden generarse grupos de conocimiento informal que no han puesto de manifiesto que la obtención de conocimientos sea su razón de ser.

### **Los lazos entre miembros de las comunidades virtuales de aprendizaje, como elemento de satisfacción.**

Otro componente que caracteriza a las comunidades virtuales de aprendizaje y ha ayudado a diferenciarlas y catalogarlas es la fuerza de los vínculos sociales de los miembros. En función de las actividades realizadas por las comunidades virtuales de aprendizaje, France Henri y Béatrice Pudelko destacan que se pueden identificar tres componentes principales: la emergencia de la intención o metas a las que la comunidad desea llegar, los métodos para la obtención de conocimiento en el momento de la creación del grupo y la evolución temporal que se da en función de las metas y los métodos.<sup>61</sup> Las dinámicas y relaciones interdependientes entre estos componentes serían el primer factor que indicaría el proceso y

---

<sup>60</sup> *Ibid.*, p. 181.

<sup>61</sup> France Henri y Béatrice Pudelko, “Understanding and analysing activity and learning in virtual communities”, en *Journal of Computer Assisted Learning* vol. 19 [en línea], <<https://telearn.archives-ouvertes.fr/hal-00190267>>., fecha de publicación, noviembre 2003, fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016, p. 476-477



evolución de las comunidades virtuales aunado a las relaciones desarrolladas entre los miembros.

Las autoras destacan que la relación entre la fuerza de los lazos entre los miembros y la intencionalidad de los grupos será un determinante en la caracterización y división de las comunidades virtuales de aprendizaje. Entre mayor sea la fuerza de los lazos entre los miembros, mayores serán los objetivos alcanzados en función del aprendizaje.<sup>62</sup>

La división consecuente de estas comunidades es la siguiente: comunidades de interés, comunidades de interés orientadas a un objetivo, comunidades de aprendices y comunidades de práctica. En adelante expondré brevemente las características de cada una de ellas.

Comunidades de interés: ésta es una comunidad que está formada alrededor un interés. Los miembros intercambian información, obteniendo respuestas a preguntas personales o problemas, se identifican más con la temática y con el grupo en abstracto que con los miembros que lo conforman y no tienen un objetivo en conjunto o una meta global que deban alcanzar. Un ejemplo de este tipo de comunidad es el sistema de comunicación en red llamado *Users Network* o *Usenet* desarrollado a finales de la década de 1970. Esta comunidad trasmitía noticias de interés compartido por medio de esta red informática y los aportes estaban determinados por la temática y la participación de los miembros era débil.<sup>63</sup>

Comunidad de interés orientada a un objetivo: no se constituye de manera aleatoria y puede ser comparada con grupos de trabajo que se orientan aun objetivo específico.

---

<sup>62</sup> *Ibid.*, p. 476.

<sup>63</sup> *Ibid.*, p. 478.

Se conforma por expertos en alguna temática particular y comparten sus conocimientos a fin de cumplir las metas establecidas. La participación de sus miembros es significativa en la medida que pretenden llegar a la meta propuesta y se identifican en función del proyecto a realizar.

Comunidades de aprendices: esta comunidad está conformada por estudiantes quienes podrían pertenecer a la misma clase e institución educativa. Este tipo de grupo puede originarse por instrucción de un profesor o para resolver una tarea particular. Las autoras indican que suelen corresponder a corrientes pedagógicas constructivistas o sociocognitivas y la construcción de conocimiento deriva de la realización de un proyecto en conjunto.

Comunidad de práctica: las comunidades de práctica se originan entre personas que en el "mundo real" forman parte de una comunidad específica de trabajo en conjunto. Esta comunidad virtual representa para sus miembros una manera de reforzar sus conocimientos a través de la organización. Se diferencia de las comunidades de interés orientadas a un objetivo en que intentan construir un sistema de conocimientos que sea relevante para su formación y no sólo para un proyecto.<sup>64</sup>

En esta división de comunidades virtuales destaca la importancia de la cohesión de los miembros y la fuerza de sus lazos sociales, que posibilita que la generación de conocimiento y la capacidad de aprendizaje sean satisfactorias. Partiendo de las comunidades de interés podemos notar que su constitución no requiere de la cercanía de sus miembros para generar o transmitir información, pero en consecuencia su alcance en el aprendizaje es reducido, en el polo opuesto se encuentran las comunidades de práctica, cuyo efectivo aprovechamiento, gestión, generación del conocimiento se dan gracias a que

---

<sup>64</sup> *Ibid.*, pp. 478-483.

sus miembros conviven en la cotidianidad del mundo real. En esta tesitura, tal como Henri y Pudelko lo refieren, el éxito de una comunidad virtual de aprendizaje dependería cabalmente de la proximidad y fuerza de sus miembros.

Ante esto es necesario hacer algunas observaciones que pueden poner en entre dicho estos supuestos. Cuando pensamos en el desarrollo de las redes sociales actuales podemos darnos cuenta de que la proximidad, tanto física como relacional, de los miembros de una comunidad virtual no es factor necesario para que ésta no sólo logre transmitir o generar conocimientos, sino acciones concretas como resultado de esto. Anteriormente me referí a la definición de Danah Boyd y Nicole Ellison sobre el concepto redes sociales en donde decían:

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.<sup>65</sup>

Dentro de estos parámetros podemos ver que la constitución de una comunidad virtual dentro de una red social, por ejemplo Facebook, puede conformarse de manera semipública o pública dependiendo de los estándares de conexión de quienes integren el grupo. Las relaciones que se establecen entre los miembros de una red social, y que pueden constituir una comunidad de aprendizaje exitosa, pueden depender más del éxito de la conexión que posibilite el sistema en donde se desarrolle que de la fortaleza de los lazos de

---

<sup>65</sup> Danah Boyd, y Nicole Ellison, *Social Network Sites...*, *op. cit.*, p.2. “Definimos a los sitios de redes sociales como servicios basados en la red que permiten a las personas (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, (2) articular una lista de otros usuarios con quienes comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro.”

sus miembros; sean endebles como en una comunidad de interés o fuertes como en una comunidad de práctica.

Si pensamos en Facebook como ejemplo, es necesario apuntar que la multiplicidad de las relaciones de los miembros de esta comunidad (Facebook en general) y los grupos y otras comunidades que se pueden articular dentro no está condicionada por las relaciones internas o externas a la red que los miembros puedan tener y esto no elimina la posibilidad de que se generen comunidades de aprendizaje. La constitución de esta red social se fundamenta en la no necesidad de establecer vínculos estrechos entre los miembros ya que, como apuntan Nicole Ellison, Charles Steinfiel y Cliff Lampe:

Facebook supports a wide spectrum of possible connections, ranging from those who share an offline connection to complete strangers who find one another through a variety of features such as Groups, networks, fan pages, social games and applications, photographs, interest-based profile fields, status updates, and Friend networks.<sup>66</sup>

La posibilidad que Facebook ofrece para establecer múltiples conexiones con gente conocida o desconocida permite la creación de numerosas comunidades que pueden desembocar en comunidades de aprendizaje. Formar comunidades de manera espontánea con miembros de Facebook que no se conocen es gracias a que en esta red social existen “lazos latentes”, entendidos como conexiones técnicamente posibles pero no activadas que

---

<sup>66</sup> Nicole Ellison, Charles Steinfiel y Cliff Lampe, “Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices” en *New Media Society* [en línea], <[https://www.researchgate.net/publication/258173687\\_Connection\\_Strategies\\_Social\\_Capital\\_Implications\\_of\\_Facebook-Enabled\\_Communication\\_Practices](https://www.researchgate.net/publication/258173687_Connection_Strategies_Social_Capital_Implications_of_Facebook-Enabled_Communication_Practices)>, fecha de publicación, enero 2011, fecha de consulta: 2 de diciembre 2016, p. 876. “Facebook admite un amplio espectro de conexiones posibles, que van desde los que comparten una conexión *offline* a completos desconocidos que se encuentran a través de una variedad de características como grupos, redes, páginas de fans, juegos sociales y aplicaciones, fotografías, campos de perfil basados en intereses, actualizaciones de estado y redes de amigos.”

surgen cuando se introduce un nuevo “espacio” que genera que los miembros puedan conectarse entre sí o gracias a las acciones de los mismos.<sup>67</sup> Basta un *like* en alguna publicación o página y las conexiones entre desconocidos pueden comenzar; basta una aplicación o juego dentro de esta misma plataforma para que aquellos usuarios que juegan o usan la aplicación se conecten.

Otro ejemplo de comunidad virtual que no exige una relación directa o estrecha con los miembros es Anonymous, el grupo de hacktivistas (hackers-activistas) que tuvo su origen en 2007 en la página 4chan.org.<sup>68</sup> Margarita Padilla, al explicar la identidad colectiva de este grupo, indica que Anonymous no es una organización y tampoco tiene una estructura o dirigentes, tan sólo es gente que actúa desde la nueva esfera público-privada (y política) que el mundo *online* puede dar, “Anonymous no es más que el avatar de una identidad colectiva.”<sup>69</sup> Esta identidad colectiva y su mantenerse anónimos ante sus acciones muestra otra vez más que la operatividad de las comunidades virtuales no reside en los estrechos vínculos de los miembros (o en los lazos personales), sino en la capacidad de las conexiones que pueden crear y en la manera en que se articulan las relaciones. Si en primera instancia Anonymous no parece una comunidad virtual de aprendizaje, lo cierto es que el conocimiento es su mayor arma, junto a la gestión de éste y su la posibilidad de transmisión informática. Anonymous es por estas características, una comunidad anónima de conocimiento.

Aunque intentan detallar y esquematizar las comunidades virtuales de aprendizaje, los desarrollos teóricos expuestos obvian uno de los principios constitutivos del desarrollo

---

<sup>67</sup> *Ibid.*, p. 877.

<sup>68</sup> Margarita Padilla, *El kit de la lucha en Internet. Para viejos militantes y nuevas activistas*, Traficantes de sueños, España, 2012, p. 64.

<sup>69</sup> *Ibid.*, p. 65.

de la Red: que con cada adelanto y actualización de sus dinámicas y posibilidades, las analogías entre los esquemas constitutivos que explican la vida *offline* y las categorías necesarias para el mundo *online* se vuelven obsoletas y las que explicaban fenómenos como el aprendizaje –como la proximidad de los miembros– se hacen inoperantes.

En el quinto capítulo de esta investigación intentaré demostrar que el concepto de “comunidad virtual de aprendizaje informal” ayuda a entender una parte de las actividades del grupo *Holk Gold*: en este grupo, como en varios en Facebook, el aprendizaje es un subproducto de la interacción entre los miembros, sin que éste sea necesariamente buscado. Y tal como se expuso en este capítulo, la proximidad de los miembros del grupo no es un factor determinante en la generación de conocimientos.

### Capítulo III. LA PRÁCTICA DEL REGALO EN INTERNET.

Este capítulo es una reflexión sobre el intercambio (mediante el regalo) de bienes no materiales en la Red, contraponiéndolo con el de bienes materiales de manera que se muestren las transformaciones que esta nueva circulación de los dones posibilita.

El capítulo está dividido en dos partes: la primera mostrará algunos de los aportes principales relacionados a la teoría del regalo: se recogen los aportes de Marcel Mauss, las refutaciones que Claude Lévi-Strauss realizó a este autor y las investigaciones que algunos otros autores han realizado acerca de este tema; en la segunda parte expondré la manera en que se han intentado llevar estas reflexiones sobre los sistemas de regalo a Internet: por un lado, transportando simplemente paradigmas sin considerar la verdadera transformación que la actividad en la Red posibilita; y por el otro, destacando las diferencias solamente en función de la escasez de lazos directos entre los participantes. Intentaré demostrar que gran parte de las teorías empleadas en los estudios previos sobre regalos materiales han sido superadas, y que en consecuencia es necesario generar una nueva teoría del regalo en Internet.

#### **El sistema de intercambio de dones.**

Con miras a encontrar los cambios que supone intercambiar regalos en Internet es necesario tener en cuenta a uno de los precursores del estudio de este ejercicio. Marcel Mauss en su *Ensayo sobre el don*,<sup>70</sup> muestra la manera en que economías no mercantiles se desarrollan en torno a la práctica del intercambio de dones. Mauss centra su investigación en fenómenos repetitivos en varias sociedades que denomina primitivas o arcaicas en donde los intercambios de regalos, o dones, son una pieza fundamental en la vida social de sus

---

<sup>70</sup> Marcel Mauss, “Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas” en *Sociología y antropología*, Editorial Tecnos, Madrid, 1971, pp. 155-258.

participantes.<sup>71</sup> Una de las conclusiones a las que este autor llega es que todo este sistema de intercambios se centra en tres obligaciones principales: dar, recibir y devolver. En adelante examino cómo desarrolla Mauss estos estatutos obligatorios y de qué manera la obligatoriedad y la voluntad de regalar, recibir y devolver dan sentido al sistema en su conjunto.

Mauss al inicio de su ensayo muestra la manera en la cual este juego de voluntad y obligatoriedad es una pieza fundamental en el desarrollo de su investigación ya que en las relaciones de regalo se presenta un:

Carácter voluntario, por así decirlo, aparentemente libre y gratuito y, sin embargo obligatorio e interesado de estas prestaciones; prestaciones que han revestido casi siempre la forma de presente, de regalo ofrecido generosamente incluso cuando, en este gesto que acompaña la transacción, no hay más que ficción, formalismo y mentira social, cuando en el fondo lo que hay es la obligación y el interés económico.<sup>72</sup>

En primer lugar esta relación de voluntad de participar en un intercambio de regalos no nacerá de una voluntad personal o particular, sino que estará supeditada a intereses sociales que posibilitarán la interacción misma. La apariencia de libertad y gratuidad sólo será una parte de todo el fenómeno total social que obliga el intercambio de dones; en este contexto es que la obligación se hace presente: una obligación que sobrepasa al individuo, pero que tiene su razón de ser en intereses que le incumben en tanto parte de un todo (tribu, clan, sociedad). Una de las prácticas que evidencian lo anterior, y que el autor analiza, es el *potlatch*.

---

<sup>71</sup> *Ibid.*, p. 157.

<sup>72</sup> *Idem.*



El *potlatch* es definido por el autor como un tipo de institución que se podría describir como “prestaciones totales de tipo agonístico”, pues en estas prácticas el consumo y destrucción de los bienes donados es un factor fundamental en el momento de asegurar una mayor jerarquía dentro de un grupo: aquél que posea más recursos y poder, ofrece más a los miembros de su clan, pero principalmente a un clan enemigo que suelen ser familiares lejanos.<sup>73</sup> La obligación que se gesta en la práctica del intercambio de dones como sistema de prestaciones totales está disfrazada de voluntad en tanto que negarse a participar en los intercambios supondría una guerra privada o pública.

Como dije, para Mauss las tres piezas que hacen funcionar este sistema funcionan: dar, recibir y devolver. Sobre la primera condición, menciona que negarse a dar u olvidarse de invitar a un contrario a una fiesta o ceremonia podría suponer, de facto, una declaración de guerra o la negación de una alianza.<sup>74</sup> Mauss menciona que el jefe de una tribu debe dar *potlatch* no sólo por él, sino también por sus hijos, familia y hasta por sus muertos: sólo conservará el respeto de los suyos y de los otros a través del despilfarro y destrucción de sus recursos pues con esto confirma su abundancia mientras que humilla a aquellos que le quieran competir.<sup>75</sup> Se está obligado a dar porque la obligación en sí misma obliga a los demás a aceptar su rango, a aceptar la superioridad dentro del grupo. Mauss recalca que a pesar de que el dar sugiere que se espera recibir, lo que se recibe no es una ganancia materia ni económica en sentido mercantil, sino una en el rango social y el reconocimiento.

---

<sup>73</sup> *Ibid.*, pp. 159-160.

<sup>74</sup> *Ibid.*, pp. 169-170

<sup>75</sup> *Ibid.*, p. 204.

Las consecuencias del olvido son expuestas por el autor en función de un mito de singular importancia en la tribu Tsimshiam en Norteamérica: olvidarse de invitar al jefe de una tribu cercana a los Tsimshiam a los festines organizados por el jefe de la tribu Tsimshiam, en honor a su hijo el “Pequeño Nutria”, deviene en el asesinato de este último. La historia cuenta que el “Pequeño Nutria” podía transformarse en nutria y salir a cazar. Un día una flota de canoas de la tribu vecina encuentra a “Pequeño Nutria” en su forma animal, por cual lo matan pues no conocían su procedencia.<sup>76</sup> Este mito muestra que el no invitar o no donar a las tribus vecinas tiene consecuencias funestas: no sólo es la guerra el resultado de este tipo de faltas, sino también el destino cobrará factura.

El siguiente punto en estas prestaciones es la obligación de recibir: “no se tiene derecho a rechazar un don, a rechazar el *potlatch*, pues actuar de ese modo pone de manifiesto que se tiene miedo de tener que devolver y de quedar «rebajado» hasta que no se haya devuelto.”<sup>77</sup> En este estado del sistema de prestaciones se pone de manifiesto la importancia de los rangos o estatuto social de los participantes; esto es así porque negarse a recibir un don es quedar por debajo del donante. El donatario tiene la obligación de recibir el regalo, está supeditado a la práctica y, como tal, está condicionado a devolver. En el sistema de regalos no es necesario, o al menos no se espera, que lo devuelto sea lo mismo, el mismo objeto o bien, ni en un sentido cuantitativamente directo, aunque la respuesta a este presente pueda llegar a suponer un mayor despilfarro de recursos. Mauss indica que más que el regalo sea un beneficio (sea un objeto o una fiesta), se está aceptando un desafío y cuando éste se acepta es porque se tiene la certeza de que ha de ser devuelto.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> *Ibid.*, p. 207.

<sup>77</sup> *Ibid.*, p. 208.

<sup>78</sup> *Ibid.*, p. 209.

Un aspecto interesante en la obligación de aceptar la carga que supone el regalo es que, como Mauss indicó, estas prácticas han trascendido a las sociedades arcaicas que sirvieron de materia prima para sus investigaciones. El autor destaca que muchos aspectos que forman parte de la ritualística del sistema de dones, permean sociedades contemporáneas. Si bien Mauss se refería a la sociedad europea de principios del siglo XX cuando mencionaba la contemporaneidad de esas sociedades, en países como México muchas de estas prácticas parecen tener eco. En función del acto de dar, los festejos de “quince años” dan muestra del despilfarro que una fiesta supone: si es necesario las familias se endeudan con tal de mostrar que se tienen los recursos para organizar grandes festines. Los recuerdos de estas fiestas son parte del mismo rito pues en cada mesa habrá que poner algo que los invitados puedan llevarse (eso sin contar la cantidad de alcohol ofrecido que suele ser un factor decisivo al asegurar el éxito del evento). El recibir y la obligación también aparecen en algunas prácticas de las fiestas en México: en algunas comunidades al final de una fiesta, el anfitrión suele dar parte del festín a los invitados (un *itacate*) en algún recipiente que debe ser devuelto. Para mucha gente no se puede regresar el recipiente vacío, pues esto podría suponer una ofensa, así que se devuelve con algún otro alimento que cierre, al menos en ese momento, la transacción. Lo anterior refleja el alcance de las reflexiones que Mauss desarrolló en comunidades específicas y ayuda a entender otros contextos en donde estas prácticas tienen lugar.

El último aspecto de este sistema es la obligación de devolver: esta obligación era la más importante y problemática para Mauss pues “la obligación de devolver dignamente es imperativa.”<sup>79</sup> Para este autor existe una virtud que hace que los dones sean devueltos, una

---

<sup>79</sup> *Ibid.*, p. 210.

instancia que resuelve la pregunta de ¿por qué los individuos regresan los dones? La respuesta está dotada de una mística que engloba la relación entre los objetos y los participantes, un espíritu de las cosas que genera reciprocidad. El concepto que ayuda a entender lo anterior es el *hau* o espíritu de las cosas, una propiedad que, dentro de la espiritualidad, genera la reciprocidad.<sup>80</sup> Existe un vínculo que mezcla las cosas y las almas y que posibilita la reciprocidad.<sup>81</sup>

Una cuestión que se debe recalcar es que para Mauss el sistema de intercambio de dones debe ser entendido alejado de la economía utilitarista y del mercantilismo. Si bien la noción de valor permea este tipo de transacciones, no debe ser entendida en sentido mercantil. El valor y el beneficio no están dentro de los estándares de plusvalía, sino que arraigan en intereses sociales y de alianza que no se pueden cuantificar en términos monetarios.

Hasta este momento se ha explicado la teoría del don desde la obra de Marcel Mauss publicada en 1925, pero como mencioné anteriormente, algunas de sus conclusiones han sido debatidas. Claude Lévi-Strauss fue uno de los primeros en encontrar algunos problemas a mediados del siglo XX en la resolución de la explicación tripartita del sistema de dones, centrándose en la devolución de los dones, pues consideró que el concepto de *hau* no ayudaba a desvelar, de manera objetiva, el problema que suponía devolver un don.

Cuando se mencionó la obligación de dar dentro de la obra de Mauss, se puso de manifiesto que donar en sí mismo obliga: esta formulación tuvo eco en la obra de Maurice

---

<sup>80</sup> *Ibid.*, pp. 166-167.

<sup>81</sup> *Ibid.*, p. 178.

Godelier quien indicó que “lo que obliga a donar es que donar obliga”.<sup>82</sup> En este sentido la acción de donar supone entonces una doble relación: una aparente solidaridad y una relación de superioridad por parte del donante puesto que el que acepta el don, al mismo tiempo acepta una deuda.<sup>83</sup> La obligación de recibir está, como dije, circunscrita a que, de no hacerlo, el donatario acepta de facto su inferioridad social y al rechazar el don acepta que no podría corresponder. El tercer estatuto, el regresar o devolver el don, como se indicó, recaía en una supuesta espiritualidad que unía las cosas y a los participantes gracias al *hau*, pero es en esta resolución del enigma del don en donde parece que la teoría de Mauss se tambalea. Godelier indica que, desde la crítica de Lévi-Strauss, explicar la reciprocidad de los dones aceptados por medio de un mecanismo espiritual supone una falsa explicación del problema, pues sería necesario formular una respuesta más objetiva.<sup>84</sup> Es en este punto en dónde los aportes y críticas de Lévi-Strauss tienen lugar.

En la *Introducción a la obra de Marcel Mauss*,<sup>85</sup> Claude Lévi-Strauss trata de dar una salida estructuralista al problema de la devolución de los regalos que no suponga una espiritualidad. Lévi-Strauss consideró que la unidad que posibilita el cambio en el sistema de dones no se demuestra de manera objetiva en las obligaciones de: dar, recibir y devolver y destaca la importancia de probar que las cosas objeto de cambio tienen una virtud que las obliga a circular, a entrar en esa dinámica.<sup>86</sup> Niega, en primer lugar, que esa virtud objetiva que posibilita la transacción se encuentre de manera física en las cosas, pero a su vez pone en tela de juicio la manera en la que Mauss intentó resolver el problema; si esta virtud no se

---

<sup>82</sup> Maurice Godelier, *El enigma del don*, Paidós editorial, España, 1998, p. 24.

<sup>83</sup> *Ibid.*, p. 25.

<sup>84</sup> *Ibid.*, p. 39.

<sup>85</sup> Claude Lévi-Strauss, “Introducción a la obra de Marcel Mauss” en *Sociología y antropología*, Editorial Tecnos, Madrid, 1971 pp. 13-42.

<sup>86</sup> *Ibid.*, p. 32.

encuentra de manera física en las cosas, sugiere que el proceder de Mauss se centró en factores subjetivos y en esta subjetividad había dos posibles vertientes que solucionarían la interrogante: esta virtud objetiva es el mismo acto del cambio, o es de una naturaleza diferente y el acto del intercambio ha de transformarse en un fenómeno secundario.<sup>87</sup>

Ante la primera postura el autor se muestra reticente, pues al aceptar que la virtud se encuentra en el mismo acto del cambio se caería en un círculo vicioso que no solucionaría el problema; la segunda lo llevará a analizar la manera en la cual Mauss intenta superar el conflicto. El *hau*, como razón última del cambio, es la manera en la que Mauss concreta el intercambio de dones, pero Lévi-Strauss considera que este *hau* es sólo la forma consciente bajo la cual los participantes (donador y donatario) han comprendido una necesidad inconsciente.<sup>88</sup> Conceptos como el *hau*, serán para Lévi-Strauss expresiones conscientes de una función semántica que permite el pensamiento simbólico.<sup>89</sup> La crítica que Lévi-Strauss hace a Mauss es, para Godelier, ejemplo de un empirismo exacerbado por parte del primero, y un estructuralismo racional por parte del segundo. El concepto de *hau* como significante flotante ayudaría a entender la manera en la cual se cierra el ciclo del intercambio de dones.<sup>90</sup> ¿Por qué? Porque un “significante flotante” es un concepto vacío de significado en sí mismo, significantes susceptibles a recibir cualquier significado que estarían supeditados a un simbolismo inconsciente que formaría parte del pensamiento colectivo.<sup>91</sup> Entonces, no es que el *hau* sea de manera objetiva el espíritu de las cosas que relaciona los objetos con las personas, sino que es la manera en la cual los miembros de una comunidad exteriorizan una serie de simbolismos que trascienden sus relaciones personales

---

<sup>87</sup> *Ibid.*, pp. 32-33.

<sup>88</sup> *Ibid.*, p. 33.

<sup>89</sup> *Ibid.*, p. 40.

<sup>90</sup> Maurice Godelier, *El enigma del don*, *op. cit.*, p. 33.

<sup>91</sup> *Ibid.*, pp. 37-39.

concretas y que han posibilitado que la práctica del intercambio de dones perdure como una parte central de la sociedad misma.

No es intención de este capítulo demostrar cuál es la verdadera causa del funcionamiento tripartito del sistema de dones, pero sí explicar la manera en la que estos dos autores trataron de desvelar esta práctica concreta pese a que las resoluciones no fueran estrictamente las mismas. De hecho, hay un factor decisivo en el cual Mauss y Lévi-Strauss coinciden: que en la transferencia de bienes vía intercambio de regalos no se busca una ganancia o beneficio de tipo económico mercantil; no se busca por lo tanto un *surplus* en el intercambio de dones.<sup>92</sup>

Esta distinción entre el regalo y la mercancía ha sido estudiada por Christopher Gregory en su libro *Gifts and commodities*,<sup>93</sup> en donde apoyado por Marshall Sahlins considera que los factores que habrían diferenciado el regalo de las mercancías, al menos en sociedades arcaicas, no deben entenderse como una oposición tajantemente contradictoria, sino que son dos extremos de un mismo proceso. El punto sustancial que inicia esta diferenciación es sólo la distancia del parentesco entre los practicantes de un intercambio: entre mayor era la proximidad del parentesco la transacción se constituía en intercambio de regalos y entre menor fuera ésta se convertía en mercancía.<sup>94</sup>

Desde una perspectiva marxista la mercancía se atiende mediante la teoría del valor: valor de uso y valor de cambio, siendo el último la cualidad que hace que un objeto aparezca ante nosotros como mercancía. La producción, distribución y consumo de estas mercancías está mediada por el capital, haciendo que de estas mediaciones se origine una

---

<sup>92</sup> Claude Lévi-Strauss, *Las estructuras elementales del parentesco*, Paidós, Barcelona, 1998, pp. 92-93.

<sup>93</sup> Christopher Gregory, *Gifts and commodities*, Academic Press, London, 1982.

<sup>94</sup> *Ibid.*, p. 23.

totalidad mercantil que ha de tener como resultado la generación de plusvalor.<sup>95</sup> La relación mercantil que posibilita una ganancia económica en el proceso del intercambio, es el factor que ha diferenciado, desde Mauss, una mercancía de un regalo: por el regalo no se paga ni se espera una ganancia económica tras la transacción. Existe un tipo de ganancia pero no es mercantil sino de rango entre miembros de una comunidad específica; o en otras palabras, es una ganancia simbólica en las relaciones sociales.

En *El futuro como hecho cultural. Ensayos sobre la condición global*,<sup>96</sup> Arjun Appadurai menciona que esta dicotomía entre el modelo de intercambio de regalos propuesto por Mauss y el del intercambio mercantil capitalista desarrollado por Marx se han fundamentado en una relación excluyente y esencialmente opuesta, Appadurai escribe que:

La noción de que el comercio en las sociedades no monetizadas preindustriales se considera antisocial desde el punto de vista de las comunidades vecinas y que, por lo tanto, estaba a menudo restringido a tratos con extraños está relacionada con el punto de vista de que el espíritu del obsequio y el de la mercancía son opuestos en extremo. Según esta perspectiva, el intercambio de obsequios y el intercambio de mercancías son opuestos en esencia y se excluyen mutuamente.<sup>97</sup>

Es en este sentido que la dicotomía se ha reforzado, aunque para este autor existen paralelismos entre el regalo y la mercancía que indican que, a pesar de que los obsequios y la reciprocidad suelen oponerse al espíritu del lucro egoísta y calculador que anima la

---

<sup>95</sup> Karl Marx, *El capital tomo I volumen I. El proceso de producción del capital*, Siglo XXI, México, 2011, pp. 43-102.

<sup>96</sup> Arjun Appadurai, *El futuro como hecho cultural. Ensayos sobre la condición global*, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2015.

<sup>97</sup> *Ibid.*, p. 31.



circulación de mercancías, se puede encontrar una cualidad que comparten ambos intercambios: una cualidad contable.<sup>98</sup>

Apoiado en Pierre Bourdieu y su texto *Outline of a Theory of Practice*,<sup>99</sup> Appadurai sugiere que la práctica del intercambio jamás deja de ajustarse a un cálculo económico a pesar de que, en apariencia, se presente desinteresada y alejada de la lógica del cálculo.<sup>100</sup> Para encontrar el paralelismo este autor sugiere que es necesario abordar las mercancías como cosas en situaciones determinadas que las hacen propensas a ser intercambiables en distintos momentos de su vida social, por lo tanto sería necesario romper con la concepción marxista que ubica como punto focal en la valorización mercantil al proceso de producción y centrarse en la trayectoria total de las mismas.<sup>101</sup>

¿Qué es lo que esta concepción sobre la mercancía implica? Supone aceptar que el valor de un objeto mercantil no depende del proceso de producción y que es la vida social del objeto y las relaciones sociales de los intermediarios lo que dota de valor a una cosa. En esta perspectiva, en sociedades no monetizadas en donde las transacciones de objetos no sean mercantiles, el valor que los objetos vayan adquiriendo podrá crear un paralelismo contable entre el regalo y la mercancía como tal. Appadurai toma como ejemplo de este tipo de valorización al *kula*, un sistema regional de circulación de objetos valiosos en Nueva Guinea.<sup>102</sup> En el *kula* se busca el incremento de prestigio y fama entre los participantes (algo parecido, en algún sentido, al *potlatch* pues tampoco se busca un incremento económico). Appadurai ejemplifica con esta práctica lo que define como

---

<sup>98</sup> *Ibid.*, p. 32.

<sup>99</sup> Pierre Bourdieu, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge University Press, Cambridge, 1977.

<sup>100</sup> Arjun Appadurai, *El futuro como hecho cultural*, *op. cit.*, p. 33.

<sup>101</sup> *Ibid.*, pp. 34-35.

<sup>102</sup> *Ibid.*, p. 41.

“torneos de valor”: eventos periódicos complejos en los que las prácticas de circulación de mercancías difieren de las rutinas económicas habituales y que han de tener como consecuencia, no sólo el mayor prestigio, fama y estatus de quien participa y sus familias, sino que modifican y crean valor en los objetos.<sup>103</sup>

Si bien el autor intenta demostrar una fuente del valor de las mercancías en donde la sociabilidad sea la piedra angular, esto no sugiere que, entre el regalo y las mercancías, se creen paralelismo en términos contables. Tanto en el *potlatch* como en el *kula*, la importancia de las transacciones reside en los beneficios sociales que puedan surgir, y si es que hay una cualidad contable, ésta se daría en la sociabilidad misma y no en los objetos y sus futuras retribuciones; el paralelismo entre los sistemas de dones o regalos y el mercantilismo se muestra insostenible.

Podemos encontrar la polaridad de estos dos tipos de intercambios en la obra de Jonathan Lethem *Contra la originalidad* donde menciona que los lazos sociales (o en este caso afectivos) varían al intercambiar regalos o comprar alguna mercancía. El autor escribe: “la diferencia principal entre el intercambio de mercancías y el de regalos es que los regalos establecen un lazo sentimental entre dos personas, mientras que la venta de mercancías no necesariamente establece conexión alguna.”<sup>104</sup> A partir de Lethem ya no hablamos solamente de la sociabilidad inherente en los sistemas de regalos que eran entendidos como sistemas de intercambio de un tipo total, sino que se hace mención de la práctica del regalo a un nivel personal e inmediato.

---

<sup>103</sup> *Ibid.*, p. 44.

<sup>104</sup> Jonathan Lethem, *Contra la originalidad*, Tumbona ediciones, México, 2007, p. 36.

Esta diferencia entre la compra de mercancías y el regalo se fundamenta en la existencia (o no) de una conexión sentimental entre los participantes inmediatos. Lethem ejemplifica la nulidad de los lazos afectivos en la compra de una sierra en una ferretería, pero ese ejemplo es un común denominador en cualquier transacción mercantil: se puede comprar una sierra, una escoba, un dulce o un libro y al acceder al objeto no se busca nada más que la obtención del objeto mismo. Aun si se finge una cordialidad esperando que haya un descuento o haciendo directamente un regateo, lo que se espera al término del cruce de palabras es la circulación de la mercancía por su compra-venta.

Con el regalo no sucedería lo mismo. Lethem menciona que al regalar un dulce o un cigarro a alguna persona contigua se establecen lazos simples, pero se extienden uniones más complicadas.<sup>105</sup> ¿Por qué esto es así? Porque los lazos afectivos pueden estar permeados de agradecimiento, o bien de una deuda: si algún extraño regala a otro un cigarro, en ese momento se presenta un vínculo de agradecimiento que estará acompañado o puede ser producto de un desprendimiento o sacrificio. Por otro lado si no es un extraño al que se le regala algo, sumado al agradecimiento, puede estar presente el sentimiento de deuda y de próxima retribución que repare el sacrificio realizado que no estaría presente en el extraño por el hecho de que existe la posibilidad de no volverlo a ver. En ambos casos, el vínculo sentimental estará presente. A diferencia del sistema de prestaciones totales analizado por Mauss y Lévi-Strauss, en un intercambio de regalos a nivel personal, el desprendimiento no tiene que ver, necesariamente, con la abundancia del donante y la subordinación del donatario; lo que primaría en ese desprendimiento, y posterior deuda, es que el donante ha hecho un sacrificio (sea mucho o poco) y el donatario lo reconoce.

---

<sup>105</sup> *Idem.*

Otro factor que diferencia el regalo de la mercantilización es una supuesta solidaridad. Adrián Scribano indica que, en este aspecto, los enfoques solidarios característicos de las políticas de responsabilidad empresarial, eliminan la posibilidad de reivindicar el ejercicio del don como una práctica intersticial que escape a la mercantilización. Esta reivindicación supone una relectura de Mauss que se centra en la reciprocidad y que gracias a prácticas sociales fundamentadas en el solidarismo hacen que la reciprocidad vaya desapareciendo.<sup>106</sup>El solidarismo es definido por el autor como: “una relación de sutura de las ausencias inscriptas en un sujeto llevada adelante por otro u otros sujetos, que deja indemne los procesos que causan dichas ausencias.”<sup>107</sup>En otras palabras; un paliativo que intenta ocultar, bajo el cobijo de “buenas acciones”, las deficiencias o daños a los que determinados sujetos son sometidos, sin trastocar o evidenciar aquello que los provoca.

Para Scribano, este solidarismo significa una práctica de desvío o extravío de las potencialidades que el don posee: al extraviarlo y mercantilizarlo se rompe la dialéctica del dar-recibir-retribuir centrando la acción en el dar.<sup>108</sup>Ante estas perspectivas que reivindican el dar-recibir-retribuir como sinónimo de reciprocidad, se han desarrollado algunos estudios que niegan esa reciprocidad que no se encuentra en la obra de Mauss pues, como se había mencionado con antelación desde el mismo Mauss, lo que obliga a dar es el hecho de que dar obliga.<sup>109</sup>

---

<sup>106</sup> Adrián Scribano, “El don: entre las prácticas intersticiales y el solidarismo” en *Sociologías* [en línea], <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86831640006>> .ISSN 1517-4522., fecha de publicación, mayo.agosto 2014, fecha de consulta: 11 de mayo del 2017.

<sup>107</sup> *Ibid.*, p. 80.

<sup>108</sup> *Ibid.*, pp. 96-97.

<sup>109</sup> Ricardo Abduca, “La reciprocidad y el don no son la misma cosa” en *Cuadernos de Antropología Social*, [en línea], <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180914245006>>. ISSN 0327-3776., fecha de publicación, 2007, fecha de consulta: 11 de mayo del 2017.

Las teorías sobre el sistema de dones que se han revisado hasta aquí tienen como denominador común que la materialidad de los dones o regalos está presente. En el siguiente apartado discutiré algunos trabajos que llevan este análisis a la inmaterialidad de Internet, mostraré las diferencias entre los sistemas clásicos y los nuevos enfoques, y subrayaré los aportes que permiten entender la actualidad del intercambio de mercancías en Internet.

### **El regalo en Internet.**

La práctica del regalo en Internet supone una diferencia que trastoca todo análisis previo del regalo: la inmaterialidad de los objetos. Podríamos decir que nos encontramos en lo que Göran Bolin denomina la “era de la reproductibilidad digital”,<sup>110</sup> haciendo alusión a un siguiente momento en la reproductibilidad técnica que había sido analizada por Walter Benjamin a inicios del siglo XX. Para Bolin esta era de la reproductibilidad digital tuvo origen en el momento en que las computadoras fueron accesibles a gran escala y con fines domésticos en los años 90 y se consolidó con el desarrollo de la banda ancha y la tecnología *Wi-Fi*.<sup>111</sup> Con la pérdida de la materialidad, los desarrollos y enfoques desplegados en torno al don han tenido que modificarse, aunque en algunos casos esta modificación no ha sido suficiente para mostrar las implicaciones que estas transformaciones sugieren.

En *Comunidades en el ciberespacio*<sup>112</sup> Peter Kollock realiza un breve análisis de cómo podemos entender algunas diferencias entre la práctica clásica del intercambio de regalos y las prácticas de compartir información como regalos en Internet. Kollock define

---

<sup>110</sup> Goran Bolin, *Value and the Media. Cultural Production and Consumption in Digital Markets*, Routledge, New York, 2011, p.64.

<sup>111</sup> *Idem*.

<sup>112</sup> Marc Smith y Peter Kollock (editores), *Comunidades en el ciberespacio*, Editorial UOC, Barcelona, 2003.

como regalo, siguiendo a Mauss y algunos comentaristas, a la transferencia obligatoria de bienes o servicios inalienables entre transactores relacionados y obligados mutuamente.<sup>113</sup> En esta definición se encuentra una obligatoriedad de devolver que no implica negociaciones o regateos y se contrapone a la compra-venta en el hecho de que la segunda no implica obligaciones posteriores a la transacción; se encuentra también un vínculo inalienable con la persona que hace el regalo, de manera que los regalos siempre son únicos, las mercancías nunca; como última característica de esta definición encontramos que los beneficios de los regalos no son mercantiles sino que ayudan a mejorar “la tecnología de las relaciones sociales a través de, por ejemplo, el aumento de la variedad y la diversidad de la red social de uno”.<sup>114</sup>

Esta definición recoge, a grandes rasgos, muchos de los presupuestos que habían ayudado a definir el sistema de prestaciones vía regalo en un sentido total, pero también personal. Se ha sumado una arista más que no había quedado explícita anteriormente: la forma inalienable de los regalos. Este carácter único es decisivo pues marca las diferencias entre la práctica de regalos material y la práctica del regalo en Internet. Es necesario sumar una característica más que forma parte importante de la práctica del regalo y que se mencionó anteriormente: el sacrificio o pérdida por parte del donante.

El carácter único del regalo está relacionado directamente con el sacrificio del donante porque lo que hace “especial” el objeto que se regala es que el donatario ha perdido la posesión ese objeto para cederla a otro. Al ser único ese objeto, el compromiso u obligación de corresponder a esa transacción se hace presente. Cuando alguien te regala, por ejemplo, un libro, no es el libro del aparador de la librería que puedes ir a comprar, sino

---

<sup>113</sup> *Ibid.*, p. 161.

<sup>114</sup> *Idem.*

es el libro que esa persona particular poseía y ha dejado de tener. Esta característica desaparece cuando alguien regala un objeto no material en Internet, en ese intercambio no existe pérdida o sacrificio, esto se detallará más adelante, por ahora explicaré cuáles son las diferencias que Kollock encuentra entre el regalo clásico y el regalo en Internet.

¿Podemos definir el hecho de compartir información y asesoramiento en Internet como ejemplo de regalo en sentido estricto? Kollock responde que no. No, porque gran parte de la ayuda y de lo que se comparte en Internet es, en sí, diferente de lo que se comparte en el intercambio material de regalos si nos centramos en la obligación de reciprocidad. En Internet se borra el sentido de obligación habitual entre personas concretas, los regalos de información y consejo se ofrecen, habitualmente, no a personas individuales, sino más bien al conjunto de todo un grupo.<sup>115</sup>

Pese a que se pueda dar un regalo informativo a un grupo concreto, la posibilidad de anonimato en Internet hace que los lazos obligatorios tiendan a difuminarse, Kollock escribe: “lo que llama incluso más la atención es que a veces la información se envía a través del Word Wide Web, donde el concepto del grupo aparece casi totalmente difuminado y donde la información se ofrece a un conjunto desconocido de receptores.”<sup>116</sup> En este sentido el sentimiento de obligación desaparece pues, en el anonimato, la sensación de equilibrio surgirá en y por parte del conjunto en un intercambio generalizado y no como una característica que ligue al donante y al donatario.

El anonimato en Internet puede ayudar a entender la diferencia entre los regalos materiales y los inmateriales (pensando en la obligación), pero el anonimato no es la única

---

<sup>115</sup> *Ibid.*, p. 262.

<sup>116</sup> *Idem.*

manera de intercambiar dones no materiales en la red. Podríamos encontrar, al menos, dos maneras de intercambiar bienes no materiales en Internet en forma de regalo: el intercambio indirecto y el intercambio directo de bienes no materiales.

En el intercambio indirecto el anonimato permite que las relaciones entre participantes sean casi inexistentes. Este intercambio lo encontramos en diversos *blogs* donde se comparten archivos descargables: películas, música, programas, partituras o imágenes. Facebook también posibilita estas actividades. Dentro de Facebook es posible crear grupos de interés (como *Holk Gold*) donde cualquier miembro puede descargar contenidos (sea conocido o no por quien los ha subido). Para poner a disposición del grupo un archivo basta poner el cursor en la pestaña llamada “Más” y hacer clic en “Agregar archivo”, para descargar sólo es necesario dar clic en el botón de “Descargar”.<sup>117</sup> Para incrementar la posibilidad de transferencia de archivos, Facebook realizó una actualización que permite vincular cuentas individuales o grupos a diferentes “nubes informáticas”<sup>118</sup> tales como One Drive, Box, Dropbox, Salesforce, Quip y Office.<sup>119</sup>

---

<sup>117</sup> Facebook. Centro de Ayuda, “¿Cómo agrego un archivo a un grupo?”, [en línea], <[https://www.facebook.com/help/397856870259152?helpref=faq\\_content](https://www.facebook.com/help/397856870259152?helpref=faq_content)>., s/f, fecha de consulta: 16 de octubre del 2017.

<sup>118</sup> Dicho de manera sencilla, la informática en la nube es la entrega de servicios informáticos (servidores, almacenamiento, bases de datos, redes, software, análisis, etc.) a través de Internet (“la nube”). A las compañías que ofrecen estos servicios informáticos se les denomina proveedores de nube y suelen cobrar por los servicios informáticos en la nube en función del uso, de forma similar a la facturación del agua o la electricidad en una casa. Microsoft Azure, “Usos de la informática en la nube” [en línea], <<https://azure.microsoft.com/es-mx/overview/what-is-cloud-computing/>>., s/f, fecha de consulta: 15 de octubre del 2017.

<sup>119</sup> Astha Agarwal, “Workplace Announces New Integrations for Files, Bots, Compliance, and Live Video” en *Facebook for Developers*, [en línea], <<https://developers.facebook.com/blog/post/2017/04/18/Workplace-F8-Integrations-Bots-Live-API/>>., fecha de publicación, 18 de mayo del 2017, fecha de consulta: 15 de octubre del 2017.



En este tipo de intercambios existe una distancia entre participantes que impide que la obligación- en términos de Kollock- aparezca, pero como dije, este tipo de intercambio indirecto no es la única manera de hacer circular bienes no materiales en la red.

Defino intercambio directo de bienes no materiales como la forma en que donantes y donatarios que se conocen en la vida *offline*, realizan intercambios de regalos en el mundo *online*. Estas prácticas se desarrollan utilizando las mismas plataformas que en el intercambio indirecto, pero el anonimato desaparece. Podemos regalar estos bienes no materiales por medio de Facebook, *blogs*, correo electrónico o nubes informáticas, pero que exista una relación directa entre los participantes no sugiere que se mantenga un compromiso de reciprocidad o un sentimiento de obligatoriedad. Cuando alguien comparte un libro en formato PDF a algún compañero de clase vía Facebook, puede haber un sentimiento de agradecimiento por el acto, pero éste no implica una obligación de corresponder el gesto con un regalo subsecuente. No hay un espíritu de reciprocidad que haga que el donatario se sienta obligado a saldar su deuda. Si bien lo expuesto por Kollock podría explicar la pérdida del don en los sistemas de intercambio de bienes no materiales en sentido indirecto, esto no explica que en los intercambios directos el sentimiento de obligación característico del don desaparezca.

Contrapondré la propuesta de Kollock con un artículo de Markus Giesler en donde se propone demostrar que en grupos de intercambio de bienes no materiales (que he definido como de intercambio indirecto) aún podemos tener vestigios y eco de los sistemas clásicos de intercambio de dones, tomando como ejemplo a Napster: sistema de distribución de archivos MP3 fundado en 1999 y cerrado en 2002.

Giesler en su artículo “Consumer Gift Systems”<sup>120</sup> retoma algunos principios de Mauss a propósito de los sistemas de regalos y destaca:

- 1) las distinciones sociales
- 2) las normas de reciprocidad y
- 3) los rituales y simbolismos.<sup>121</sup>

El punto más importante de estos niveles de los sistemas de regalos recae en las distinciones sociales que éstos implican. Giesler tiene, como intención central, demostrar que en Napster se conjugaban cada una de estas características haciendo de este sistema de distribución un ejemplo de la trascendencia de los sistemas de intercambio de regalos clásicos, pero llevados a Internet.

En función de las distinciones sociales, Giesler considera que en Napster se establecía una ética y estructura sobre la importancia de compartir, los usuarios se identificaban y confirmaban sus lazos en función de Napster y esto hacía que surgiera un sentido de comunidad que hacía que se identificaran con otros usuarios.<sup>122</sup> Las normas de reciprocidad y obligación de los miembros quedaban implícitas al suscribirse a Napster.<sup>123</sup> A diferencia de Kollock, Giesler encontraba la supervivencia de la obligación y la reciprocidad aún si los miembros permanecían en el anonimato. Por último analizando los rituales y simbolismo, el autor encuentra que éstos están relacionados a diversos rituales de valor que generan un estatus más o menos elevado entre los miembros, pues éstos se valuaban por el contenido que compartían; un usuario podría tener mayor rango si

---

<sup>120</sup> Markus Giesler, “Consumer Gift Systems” en *Journal of Consumer Research* vol. 33, 2006 (septiembre), ISSN 0093-530.

<sup>121</sup> *Ibid.*, p. 284.

<sup>122</sup> *Ibid.*, pp. 285-286.

<sup>123</sup> *Ibid.*, p. 287.

compartía más archivos que los demás, pero también si sus aportes tenían mayor calidad de reproducción.<sup>124</sup>

El trabajo de Marcus Giesler encuentra una distinción entre los sistemas clásicos de intercambio de regalos y las nuevas prácticas en Internet: el factor de solidaridad está ligado más a la voluntad de los participantes que al compromiso en función del todo social;<sup>125</sup> pero el factor de obligatoriedad no desaparece. Giesler localiza que la pérdida del sacrificio es una característica que difiere del regalo tradicional al regalo en la red: en Napster, gracias a la multiplicación de los archivos, ésta no ocurre.<sup>126</sup> Aunque para el autor ésta es sólo una característica de esta nueva manera de intercambiar, considero que, de hecho, éste es un punto focal que modifica el sistema de regalos en Internet. ¿Qué hace que los intercambios de regalos en Internet sean distintos a los sistemas tradicionales de intercambio de dones? Propongo que esta transformación es posible- sin ser una adecuación a los estatutos clásicos del don- por la pérdida de sacrificio o desprendimiento del objeto compartido; característica sustancial en el intercambio de regalos en Internet porque siguiendo a Margarita Padilla:

Esos nuevos bienes inmateriales no se rigen por las leyes de la vieja sociedad industrial. Adoptan diversas formas (un programa de ordenador, un MP3, un PDF...), pero todas se rigen por las mismas nuevas leyes: son bienes que no se desgastan con el uso, pueden ser míos y tuyos al mismo tiempo, los podemos producir tú y yo en cooperación sin mando, se multiplican a coste cero y cuanto más se usan más valor adquieren.<sup>127</sup>

---

<sup>124</sup> *Idem.*

<sup>125</sup> *Ibid*, p. 289.

<sup>126</sup> *Ibid*, p. 287.

<sup>127</sup> Margarita Padilla, *El kit de la lucha en internet*, p. 58.

Estas características que poseen los bienes no materiales posibilitan que las lógicas clásicas de dar-recibir-devolver no tengan un carácter de obligatoriedad. No hace falta negar algún tipo de *hau* en las cosas como Lévi-Strauss demostró, no existe una conexión entre las almas y los objetos que haga que el juego dialéctico que suponía el don tenga como resultado una obligación de acción. Esta obligación desaparece por el hecho de que estos bienes pueden ser tuyos y míos al mismo tiempo. Este principio niega el elemento de exclusividad y unicidad que, por ejemplo, Kollock destacaba como un elemento sustancial en las prácticas del regalo negando esta unicidad y considerando que los bienes no materiales son tuyos y míos al mismo tiempo, dejamos a un lado la idea de sacrificio y desprendimiento porque para que la práctica del regalo se haga presente, el donante no debe deshacerse de absolutamente nada.

¿Cómo es que esto es así? Si pensamos en cualquier tipo de intercambio de bienes no materiales en Internet, podemos observar que si compartes un libro en PDF a alguien más, una canción, una imagen o una partitura, concretada la transacción el donatario tiene acceso al bien no material sin que el donante haya dejado de tenerlo. Compartimos archivos a cualquier persona o grupo sin que eso signifique que por ese movimiento hemos dejado de poseerlo. Sin importar que el intercambio de bienes no materiales sea indirecto o directo, el sacrificio y pérdida desaparece haciendo que no quede ningún remanente de obligación o retribución. Si el intercambio es indirecto no importa que se fundamente en el anonimato ni hay obligación de reciprocidad porque el archivo que descargué aún está disponible para alguien más y el donatario no quedó mermado en ningún sentido. Si el intercambio es directo, tampoco hay una obligación porque ha sucedido lo mismo: no hubo pérdida ni sacrificio.

Pero la eliminación de la pérdida o sacrificio puede tener una implicación más: el contraste entre mercancía y regalo se presenta de manera diferente. Cuando se señaló la diferencia entre estos dos intercambios, se aclaró que las ganancias obtenidas tras la práctica del regalo estaban alejadas de una cualidad mercantil y que se identificaban más con una ganancia social y hasta, en algunos casos, con lazos sentimentales. Cuando Lethem escribía que:

“la diferencia principal entre el intercambio de mercancías y el de regalos es que los regalos establecen un lazo sentimental entre dos personas, mientras que la venta de mercancías no necesariamente establece conexión alguna.”<sup>128</sup>

Se establecía que tras el regalo se creaba un vínculo sentimental que en la transacción mercantil no aparecía: si era entre dos extraños este vínculo se hacía presente y si era entre conocidos podía significar una deuda y un abono a la previa relación. Pero si el factor de desprendimiento desaparece ¿podríamos pensar lo mismo? Sugiero que en la práctica del regalo en Internet este lazo no se fortalece (si había una relación previa) y tampoco se crea (si la relación era inexistente). Esto es así porque si la transacción se realiza entre extraños, digamos en un *blog* o vía Facebook, al no haber un sacrificio el sentimiento de reciprocidad no se hace presente, por lo tanto no habría motivos para que un lazo sentimental se cree cuando, además, el regalo se puede efectuar de manera anónima. Y si el regalo se produce entre conocidos, esto no abonará nada a la relación previa porque no existe un sacrificio por parte del otro: solamente se ha hecho uso de las herramientas que las aplicaciones o desarrollos tecnológicos posibilitan.

---

<sup>128</sup> Jonathan Lethem, *Contra la originalidad*, p. 36.

La práctica del regalo en Internet se muestra entonces, tan fría como la práctica mercantil: lo único que no se borra es el aumento en la ganancia económica tras la transacción. En otras palabras: en el regalo en Internet no se pretende una ganancia mercantil, pero tampoco se obtiene una ganancia en las relaciones sociales tras su ejercicio.

Es necesario decir que el hecho de que no exista un aporte en las relaciones sociales tras el regalo en Internet, o que no se creen lazos sentimentales consecuentes y que la obligatoriedad que suponía el ejercicio del don en los sistemas clásicos desaparezcan gracias a la pérdida del sacrificio y desprendimiento, nos obliga a pensar que la actividad del regalo en Internet se da porque las herramientas y condiciones para que este acto se presente obligan a ser explotadas. En otros términos: las disposiciones tecnológicas que posibilitan la práctica del regalo de bienes no materiales en Internet permiten que los usuarios no sean recíprocos en las transacciones, sino que hagan uso de ellas sin ninguna intención apoyada en la caridad o moralidad, pero, de la misma manera, sin ninguna intención que se sustente en alguna ganancia mercantil o fines lucrativos. Esto no exime que en pueda haber un intercambio bilateral, un dar y recibir, pero al realizar este tipo de intercambio no hay una obligatoriedad de correspondencia intrínseca en la práctica del regalo.

Este análisis de la práctica del regalo en Internet será de gran ayuda para continuar con el estudio del regalo en el grupo *Holk Gold* porque en éste encontramos características que corresponden a lo expuesto en este capítulo. Por otro lado, este caso particular ayudará a complementar las reflexiones aquí expuestas ya que en este grupo encontramos algunas variantes respecto a los bienes inmateriales que se regalan (cuentas “gratuitas” de Netflix, Spotify, etc.).

#### Capítulo IV. LA PIRATERÍA COMO TÁCTICA.

Luego de analizar el aprendizaje y la práctica del regalo en Internet, es momento de centrar esta investigación en la piratería y sus transformaciones. Este capítulo tiene como objetivo realizar una comparación entre la piratería de los siglos XVII y XVIII y la piratería en Internet. Intentaré demostrar que la piratería clásica y la que se desarrolla en Internet mantienen una estrecha relación, si las entendemos como prácticas que rompen, desvían o circundan las reglas del mercado, cada una en su contexto. Para lograr este cometido tomaré los conceptos de “táctica” y “estrategia” analizados por Michel De Certeau, que refieren a “maneras de hacer” por parte de algunos individuos que logran desviar ciertas reglas que están impuestas por agentes externos (en este caso las reglas del mercado). El capítulo está dividido en cuatro partes: la primera define algunos conceptos y hace una breve historia de la de piratería antes de los siglos XVII; en la segunda se detallarán elementos claves de la “época de oro” de la piratería; en la tercera sección mostraré, brevemente, los antecedentes de la piratería en Internet y cómo es que este tipo de piratería se ha entendido; por último, en la cuarta sección, estableceré la relación entre estas piraterías y los conceptos de “táctica” y “estrategia” de Certeau. Todo ello para observar las transformaciones de la piratería y, establecidos sus paralelismos y posibles continuidades con la piratería en Internet, generar herramientas para analizar las prácticas y organización que se desarrollan en el grupo *Holk Gold*.

### **Los inicios de la piratería.**

Antes de analizar la época dorada y romantizada de la piratería, aquella cuyo contexto geográfico era el Atlántico y el Caribe y que ha sido objeto de numerosos relatos, leyendas, novelas y películas, es necesario hacer notar que la acción pirata no era cosa nueva para los siglos XVII y XVIII. Existía una gran tradición e historia sobre ladrones y asaltantes marítimos antes de que éstos cobraran la fama que poseyeron en su tiempo y que trasciende hasta hoy.

Los primeros reportes sobre robos y asaltos en el mar tienen su origen en el pueblo fenicio hacia el año 1000 a. C., el tráfico de mercancías realizado por este pueblo significó una gran tentación para los pueblos cretenses o egeos que al ver una barcaza fenicia no dudaban en abordarla y asaltarla.<sup>129</sup> De hecho, la palabra pirata se origina del griego *peirates* que designaba a los navegantes del mar, a los aventureros del mismo y a los asaltantes marítimos.<sup>130</sup> Los mismos griegos sufrieron de ataques piratas, al tiempo que los cometían. La piratería formó parte de la política de Estado y arma de expansión para algunos pueblos griegos, en particular para el rey Polícrates de Samos (500 a. C.) y para Mitrídates VI del Ponto (100 a. C.), ambos lograron el desarrollo naval gracias al impulso de la piratería estatal.<sup>131</sup> La piratería tampoco fue ajena al impero romano que emprendió varias campañas en su contra. Una anécdota que cuenta que, en algún momento de su juventud, Julio Cesar fue apresado por piratas sicilianos; luego de cinco meses de

---

<sup>129</sup> Rafael Abella Bermejo, *Los halcones del mar. La gran aventura de la piratería*, España, Ediciones Martínez Roca, 1998, pp. 14-15.

<sup>130</sup> Carlos Saiz Cidoncha, *Historia de la piratería en América española*, España, San Martín, 1985, p.15.

<sup>131</sup> Abella Bermejo, *op. cit.*, pp. 16-17.



cautiverio, fue liberado gracias al pago de su rescate, una vez libre Julio Cesar regresó por ellos, los derrotó y crucificó.<sup>132</sup>

Tal vez después de piratas como Barbanegra, Charles Vane o Morgan, los saqueadores y surcadores del mar más conocidos sean los vikingos. Entre los siglos VIII y XI d. C., los pueblos vikingos se caracterizaron por ser grandes navegantes, guerreros y, más que comerciantes, grandes saqueadores. Los vikingos fueron innovadores en la construcción naval ya que sus embarcaciones procuraron ser livianas, rápidas y, en algunos casos, bien decoradas (algunas lucían serpientes o dragones tallados o incrustados).

Realizaban incursiones depredatorias bordeando la costa y se adentraban en las rías operando en aguas escasamente profundas dada la gran navegabilidad que ofrecían sus barcos de poco calado. Con ellos se estrena una nueva modalidad de piratería: la que toma por objetivo las villas costeras para asaltarlas y lanzarse al saqueo de iglesias y propiedades en busca de botín y de personas a las que esclavizar.<sup>133</sup>

Esta modalidad de pirataje, la que tenía como objetivo las costas, se reproducirá a partir de este momento en gran parte de las acciones piratas en la historia. En el caso de los piratas que surcaron las costas del Caribe y el Golfo de México, el asalto a los poblados costeros llegaba a ser más provechoso y recurrente que los abordajes y tomas de navíos.

De forma casi simultánea al pillaje vikingo, los sarracenos, originarios de Arabia, incursionaron en la piratería bajo la bandera del Islam. Este tipo de piratería era una mezcla de saqueo y religión; era tan importante hacerse de bienes materiales, como atacar y dañar

---

<sup>132</sup> David Pickering, *Piratas*, Colombia, Panamericana, 2009, p. 17.

<sup>133</sup> Abella Bermejo, *op. cit.*, p. 19.

el tráfico de navíos cristianos.<sup>134</sup> Esta modalidad de piratería también fue característica de los piratas berberiscos cuyo máximo representante fue Aruch, mejor conocido como Barbarroja, a finales del siglo XV, cuya descendencia (también dedicada a la piratería) azotaría los mares mediterráneos hasta el siglo XVI. Pese a que he nombrado a Barbarroja, el primer pirata con nombre fue el alemán Klaus von Winsfeld creador de la Hermandad Vitalian; un grupo de piratas cuya táctica era atacar, desvalijar y hundir navíos en el siglo XIII.<sup>135</sup>

Antes de seguir, es necesario esclarecer algunos conceptos para diferenciar a los piratas de otros personajes dedicados a los asaltos marítimos, porque es común usar ciertos vocablos de manera indistinta: pirata, corsario, bucanero y filibustero cuando entre ellos hay diferencias, en algunos casos sustanciales

Pirata era la persona que robaba y saqueaba en el mar o en las costas de manera independiente. Era considerado como enemigo de todo el comercio marítimo sin importar su procedencia y, a menudo, portaba una bandera negra o roja como símbolo de libertad, como oposición a banderas que representaran a algún Estado o país en particular o para infundir miedo a sus víctimas.<sup>136</sup> Por su parte, el corsario, a pesar de que actuaba de manera similar a un pirata, poseía una patente de corso, documento otorgado por su nación (o alguna otra a la que brindara sus servicios) que hacía que su labor no fuera juzgada como piratería o como acto de guerra privada.<sup>137</sup> Usualmente se indica que el corso era entregado a los solicitantes en tiempos de guerra para favorecer a un bando o a otro, pero es posible considerar dos tipos de corso:

---

<sup>134</sup> *Ibid.*, p. 20.

<sup>135</sup> *Ibid.*, pp. 21-22.

<sup>136</sup> Manuel Lucena Salmoral, *Piratas, corsarios, bucaneros y filibusteros*, España, Síntesis, 2005, pp. 29-30.

<sup>137</sup> *Ibid.*, p. 30.

Un “curso general”, ejercido por todos los súbditos de un monarca contra los súbditos y propiedad de otro Estado beligerante (el derecho de represalia, como vemos), y un “curso particular”, que sería el que usualmente llamamos curso, practicado por algunos súbditos que solicitaban a su soberano autorización para infligir daños al enemigo.<sup>138</sup>

Este “curso particular”, es entonces, el que se suele confundir con la piratería. De hecho no es inusual el malentendido, que algunos personajes fueran considerados corsarios por unos y piratas por otros, dependía de cuál posición jugaran en un conflicto bélico, si continuaban con su actividad corsaria después de que su patente hubiera caducado, cuando recibía dos o más patentes de distintos beligerantes, entre otros casos.<sup>139</sup> Otra característica importante que los diferenciaba de los piratas era que el corsario debía compartir el botín, no sólo con los miembros de la tripulación, sino también con quién le había concedido la patente de curso.<sup>140</sup> El pirata, por su parte, sólo compartía lo obtenido con su tripulación, en esto ahondaré más adelante.

Los bucaneros aparecieron cerca de 1623 en América, en la parte deshabitada de la isla Española (actual Haití y República Dominicana). El término bucaneros refiere a la forma en que los habitantes del caribe asaban y ahumaban la carne, en un principio los bucaneros eran los nativos de la isla que comerciaban con los piratas que navegaban cerca de la Española. Con el tiempo estos habitantes se volvieron piratas, pero siguieron usando este término para definirse a sí mismos y diferenciarse del resto de los piratas.<sup>141</sup> El primero

---

<sup>138</sup> *Idem.*

<sup>139</sup> José Luis de Azcárraga y de Bustamante, *El curso marítimo*, Madrid, Instituto Francisco de Vitoria, 1950, pp. 131-132.

<sup>140</sup> El corsario, a diferencia del pirata, podía gozar de buena reputación por sus logros y saqueos. En algunos casos eran bien recibidos al término de sus ataques y, en ocasiones, condecorados y premiados. Tal fue el caso de Henry Morgan, que más que pirata fue corsario, pues obtuvo la gubernatura de Jamaica una vez que cumplió con sus favores a la corona inglesa.

<sup>141</sup> Lucena Salmoral, *op. cit.*, p. 35.

que realizó una descripción de este tipo de piratería fue Alexandre Olivier Exquemelin, quien en 1678, escribió en la obra *Piratas de la América*<sup>142</sup> su travesía por el caribe. Luego de ser vendido como esclavo en la isla Tortuga sirvió de cirujano en diversos barcos piratas conviviendo con famosos piratas, bucaneros, filibusteros y corsarios, entre los cuales destaca Henry Morgan.

En cuanto a los filibusteros, surgieron a partir de 1630 dentro de las inmediaciones de la isla Tortuga como una mezcla de bucaneros y corsarios. Eran principalmente franceses e ingleses aunque no tenían ningún problema con atacar barcos de sus mismos países, con el paso del tiempo estos filibusteros fueron empleados por potencias europeas enemigas de España otorgando permisos parecidos a las patentes de corso.<sup>143</sup>

### **La “época de oro” de la piratería.**

El corso y la piratería en el continente americano surgieron principalmente gracias al dominio de España y Portugal en los mares del Atlántico luego del tratado de Tordesillas de 1494 que dotaba a estos dos imperios del control del mar y las riquezas del nuevo mundo. Lo anterior orilló a Inglaterra y a Francia a comisionar navíos con patentes de corso para contrarrestar la hegemonía de los imperios, principalmente de España, y así hacerles frente e intentar debilitarlos.<sup>144</sup> A la par de esta lucha imperial, corría el rumor de que los barcos españoles regresaban de las nuevas Indias cargados con lingotes de oro y demás tesoros, lo cual tuvo como resultado el interés de saqueo de piratas que no estaban interesados en hacerse de una patente de corso.

---

<sup>142</sup> Alexander Olivier Exquemelin, *Piratas de la América*, España, Renacimiento, 2013.

<sup>143</sup> Lucena Salmoral, *op. cit.*, pp. 35-36.

<sup>144</sup> Peter T. Leeson, *The invisible hook. The hidden economics of pirates*, U.S.A, Princeton University Press, 2009, p. 8.

Antonio García de León establece una periodización de los ataques de piratas, corsarios, filibusteros y bucaneros en el continente Americano que va desde 1519 hasta 1750; está dividida en cuatro etapas: 1519-1559, los corsarios franceses atacan posesiones españolas; 1560-1596, se enmarca entre el conflicto de Felipe II y la Inglaterra isabelina, en donde los corsarios ingleses dominan el espacio; 1600-1650, los holandeses destacan en la piratería y está en concordancia con la independencia de los países bajos contra España y la lucha de la Compañía Holandesa de las Indias Occidentales por el control del Caribe; por último 1650-1750, en donde la actividad de los piratas se diversifica y disminuyen las acciones de bucaneros, filibusteros y corsarios. Aquí comienza la persecución de piratas por parte de Inglaterra ya que no le son útiles, pues inician acuerdos con los Borbones.<sup>145</sup>

Este último periodo es la “época dorada” de la piratería. Algunos autores consideran que es de 1716 a 1726 cuando es el verdadero periodo de esplendor de la piratería,<sup>146</sup> para otros de 1715 a 1725,<sup>147</sup> y algunos más piensan que tuvo lugar entre el siglo que transcurre entre mediados del siglo XVII y el XVIII.<sup>148</sup> A los piratas, su organización y “maneras de hacer”, que nos referiremos se encuentran en este último periodo. Algunos entre mediados y finales del XVII y otros llegan hasta el final de la segunda década del siglo XVIII. Es momento de preguntarnos, ¿cuáles eran las razones por las que se llegaba a la piratería? Y ¿cómo era la vida y organización pirata si es que esta última existía?

Son muchas las causas por las que un individuo se pudo volver a la piratería (particularmente en el Caribe), pero, según la bibliografía consultada, podemos enumerar al

---

<sup>145</sup> Antonio García de León, *Vientos bucaneros. Piratas, corsarios y filibusteros en el Golfo de México*, México, Ediciones Era, 2004, pp. 69-70.

<sup>146</sup> Leeson, *op. cit.*, p. 8.

<sup>147</sup> Colin Woodard, *La república de los piratas. La verdadera historia de los piratas del Caribe*, Barcelona, Crítica, 2007, p. 1.

<sup>148</sup> Tom Bowling, *Piratas y Corsarios*, México, Grupo Editorial Tomo, 2010, p. 6.

menos tres: por una parte está la aparición de grandes riquezas en las nuevas Indias, el oro y la plata;<sup>149</sup> la crisis y decadencia del imperio español y su poco control ultramarino;<sup>150</sup> y, sobre todo, la pobreza y la escasez de trabajo.<sup>151</sup> Si bien existe una idea romantizada de los deseos de libertad que orillaban a un individuo a ser pirata,<sup>1</sup> lo cierto es que en la mayoría de ocasiones a la piratería se llegaba por falta de dinero.<sup>152</sup> Luego de una guerra, muchos marineros que habían servido a su país eran despedidos, algunos podían zarpar en algún barco mercantil, pero no todos. Aunado a esto, el trato en estos barcos mercantiles era insufrible, largas jornadas en el mar (podían ser meses o años) con pagos míseros y un capitán que en repetidas ocasiones los trataba peor que esclavos. Ante esto, una buena alternativa era la piratería.<sup>153</sup>

Se ha dicho que los piratas tomaron este oficio por razones como buscar la libertad, combatir por sus ideas religiosas, vivir apasionadamente, etc. Todo eso puede ser verdad, pero a una escala menor, ya que valoramos tales razones, pero no puede ocultarse con ello la realidad fundamental, y es que la piratería se nutrió de desheredados, de miserables[...] Ni el capitalismo comercial, ni las guerras de religión, ni las luchas hegemónicas pudieron absorberlos, por lo que algunos monarcas de Europa occidental tomaron inteligentemente la decisión de lanzarlos al exterior para que vivieran a costa de los españoles y portugueses, hurtándoles sus bienes.<sup>154</sup>

¿Qué es lo que hacía la piratería una buena alternativa? ¿Cómo era la vida de un pirata? En contraparte de los barcos mercantiles y los corsarios, en donde la jerarquía de los miembros de la tripulación era casi inamovible y llegaba a generar abusos por parte del

---

<sup>149</sup> Lucena Samoral, *op. cit.*, p. 21.

<sup>150</sup> García de León, *op. cit.*, p. 46.

<sup>151</sup> Leeson, *op. cit.*, p.11.

<sup>152</sup> En ciertas ocasiones cuando un barco pirata atacaba a otro que transportaba esclavos, se dejaba elegir a la tripulación capturada entre la muerte, seguir siendo esclavos o la piratería. En este sentido, para muchos, la piratería era sinónimo de libertad.

<sup>153</sup> Leeson, *op. cit.*, pp. 11-19.

<sup>154</sup> Lucena Samoral, *op. cit.*, p. 22.

capitán a los demás miembros, los piratas, y en particular el capitán, se jugaban sus puestos en cada acción.<sup>155</sup> Lo más común era que el puesto de capitán fuera elegido de manera democrática. Esta democracia pirata requería de la decisión colectiva, cada pirata representaba un voto válido sin importar la posición o función en el barco, la nacionalidad o raza, lo que representaba un gran avance en términos organizativos y políticos a inicios del siglo XVIII.<sup>156</sup> Se puede decir que en términos de tolerancia racial, los barcos piratas también destacaban de otros navíos. Por ejemplo, no era cosa inusual que dentro de los barcos mercantiles hubieran marineros negros, los había como esclavos o como gente libre, pero el trato que se les daba distaba mucho de los demás miembros de la tripulación, en contraste, en los barcos piratas, todos los miembros de la tripulación eran considerados como legítimos compañeros y gozaban de los mismos derechos sin importar su raza.<sup>157</sup>

El mejor trato dentro del barco pirata y la expectativa de una mejor recompensa económica gracias al robo fue un trato que resultó irresistible para muchos marineros. Dentro de la sociedad pirata existieron ciertos códigos que hacían que la recompensa monetaria fuera justa para todos los miembros de un barco. Quien procuró evidencia para saber cómo es que funcionaban estos códigos y organización pirata en su “época dorada”, fue Daniel Defoe en su libro *Historia general de los robos y asesinatos de los más famosos piratas*.<sup>158</sup> En este libro, Defoe expone uno de los códigos piratas más famosos, el del capitán Bartholomew Roberts. El primer punto de este código pirata es un ejemplo de la

---

<sup>155</sup> *Ibid.*, p. 39.

<sup>156</sup> Leeson, *op. cit.*, pp. 23-29.

<sup>157</sup> Peter T. Leeson, “The Invisible Hook: The Law and Economics of Pirate Tolerance” en *New York University Journal of Law and Liberty*, Vol. 4, no. 2, 2009, p. 143.

<sup>158</sup> La publicación original del libro es de 1724 bajo el nombre de *A General History of the Robberies and Murders of the most notorious Pyrates*. A pesar de que, en registros, el autor del libro es el capitán Charles Johnson, en la mayoría de la bibliografía consultada se menciona que este nombre era un seudónimo que Daniel Defoe usó para publicar este escrito. Por tal evidencia, en adelante, considero a Defoe como el autor original.

manera en la que los miembros de la tripulación gozaban de paridad, tanto en el uso de provisiones y ganancias, como en la democracia pirata:

Cada hombre tiene un voto en los asuntos de importancia. Igual derecho tiene a provisiones frescas y bebidas fuertes, en cualquier momento que se apresen, que podrá consumir a su antojo, a menos que su escasez (lo que no era inusual entre ellos) aconseje decidir su racionamiento por el bien de todos.<sup>159</sup>

El código que transcribe Defoe en su libro consta de once puntos, y explica que no puede asegurar que sea el código completo ya que el original, que firmaron y juraron, se había arrojado por la borda. Para hacer valer el código, si surgía una duda sobre el sentido de las leyes o si había una discusión sobre si se había infringido éste, se formaba un jurado para interpretar y pronunciar un veredicto. Junto al código, el autor menciona algunas costumbres de la comunidad pirata que, a su juicio, eran similares en todos los piratas. Entre esas costumbres destaca que en las infracciones menores que no estaban previstas, el cabo de brigadas, que había sido elegido democráticamente por todos, asumía toda la autoridad en el veredicto.

1. Cada hombre tiene un voto en los asuntos de importancia. Igual derecho tiene a provisiones frescas y bebidas fuertes, en cualquier momento que se apresen, que podrá consumir a su antojo, a menos que su escasez (lo que no era inusual entre ellos) aconseje decidir su racionamiento por el bien de todos.
2. Se llamará puntualmente a todos, por lista, uno por uno para que suban a bordo de las presas; porque (además de la parte que les corresponda) en esas ocasiones tienen derecho a un juego de ropa personal: pero el que estafe a la compañía el valor de un dólar en plata, joyas o dinero, será ABANDONADO en una isla desierta en castigo (tenían la bárbara costumbre de desembarcar al infractor en algún paraje desolado o deshabitado, cabo o isla, con un arma, balas, una botella de agua y otra de pólvora, con que subsistir, o perecer de hambre). Si el robo lo hace un hombre a otro hombre, contendrán entre sí, se le cortarán las orejas y la nariz al culpable, y se le desembarcará, no en un paraje deshabitado, sino en algún otro donde indefectiblemente sufra muchas penalidades.

---

<sup>159</sup> Daniel Defoe, *Historia general de los robos y asesinatos de los más famosos piratas*, s. l., Orhi, 2017, p. 202.



3. Nadie jugara a las cartas o a los dados por dinero.
4. Las luces y velas se apagarán a las ocho en punto de la noche; si después de esa hora alguno de la tripulación tuviera ganas de seguir bebiendo, lo hará en la cubierta superior (con lo que Roberts creía que iba a contener sus borracheras, ya que él era abstemio; aunque al final se dio cuenta de que todos sus esfuerzos por poner fin a estas orgías eran inútiles).
5. Todos deben mantener sus armas, pistolas o machetes, limpias y listas para su uso (en esto eran exageradamente escrupulosos, esforzándose en superarse unos a otros en la belleza y riqueza de sus armas, dando a veces en una subasta, al pie del mástil, 30 o 40 libras por un par de pistolas. Se las colgaban en los hombros, en tiempo de servicio, con bandoleras de diversos colores, de una manera característica en estos individuos, lo que les llenaba de gran orgullo).
6. No se permiten niños ni mujeres a bordo. Si se descubre que alguno seduce a una y la embarca disfrazada, será condenado a muerte (de manera que cuando alguna caía en sus manos, como les ocurrió en la presa Onslow, le ponían inmediatamente un centinela para impedir las malas consecuencias de tan peligroso instrumento de división y discordia; pero esto era también una bellaquería; porque se disputaban el puesto de centinela, que acababa recayendo en el más bronco, el cual, para asegurar la virtud de la dama, no dejaba que nadie yaciera con ella más que él).
7. El abandono del barco o del puesto durante una batalla se castigará con la muerte o el abandono en una isla desierta.
8. No se permitirán peleas a bordo, sino que todas deberán solventarse en tierra, a espada o pistola, de la manera siguiente: cuando las partes no se avengan a una reconciliación, el cabo de brigadas acompañará a los contrincantes a tierra con la asistencia que considere oportuna, los pondrá de espaldas el uno al otro, a muchos pasos de distancia; a la voz de mando, se volverán y dispararan inmediatamente (o se les quitará el arma de las manos): si fallan los dos, recurrirán a sus machetes, y será declarado vencedor el que haga la primera sangre.
9. No se permitirá a nadie abandonar este género de vida hasta que cada uno haya reunido de su parte 1.000 libras. Si conforme a esto, alguno pierde un miembro, o queda lisiado a causa de su servicio, recibirá 800 dólares del fondo común. Por heridas menores las cantidades serán proporcionales.
10. El capitán y el cabo de brigadas recibirán dos partes de cada presa; el maestro, el contramaestre y el artillero, una parte y media, y los demás oficiales una parte y un cuarto.
11. Los músicos tendrán descanso el domingo, pero los seis días y noches restantes no gozarán de ningún privilegio especial.<sup>160</sup>

Aunque exista registro de la aparente armonía en los barcos piratas, Defoe también menciona que en muchas ocasiones los capitanes piratas solían ser despiadados, principalmente con los presos y con las comunidades que asechaban en las costas, como fue

---

<sup>160</sup> *Ibid.*, pp. 201-205.

el caso del pirata Charles Vane y en ocasiones Edward Teach, mejor conocido como Barbanegra. Los ataques atroces a los puertos y costas era característicos de la piratería, basta mencionar el ataque que el pirata Laurens de Graff, conocido como “Lorencillo”, realizó al puerto de Veracruz en 1683 en donde apresó a toda la comunidad en la iglesia amenazándola con barriles de pólvora y junto a cerca de 500 filibusteros.<sup>161</sup>

Si bien las relaciones entre los piratas y los habitantes de puertos y costas podían ser muy conflictivas, no siempre sucedía de esta manera. Muchas comunidades mantuvieron relaciones comerciales con la piratería formando redes de intercambio y complicidad que generaron tejidos mercantiles importantes. México es un claro ejemplo de esto, pues los piratas participaron en gran parte del desarrollo comercial en Veracruz y Campeche.<sup>162</sup>

El pillaje no solamente interfirió, al tiempo que desarrolló el comercio de los siglos coloniales, sino que también tuvo un papel real en los procesos sociales y económicos, creando redes de complicidad no sólo en los espacios marítimos sino también hasta lo más profundo de los mercados interiores en formación: pues estas actividades de hurto se complementaban perfectamente con el intercambio legal y cotidiano, estableciendo una prolongación piratería-comercio que está en el origen de su reproducción y de su larga permanencia.<sup>163</sup>

Esta relación entre los habitantes de las costas y los piratas es muestra de la manera en la que estos últimos se relacionaban con sus víctimas (a veces aliados) y con los mismos integrantes de su tripulación, siempre pensando en sus propios beneficios. Peter Leeson propone una manera de entender su organización por medio de los conceptos de

---

<sup>161</sup> García de León, *op. cit.*, pp. 117-120.

<sup>162</sup> *Ibid.*, p. 95.

<sup>163</sup> *Ibid.*, p. 22.

“gobernancia” (*governance*) y de “garfio invisible” (*invisible hook*), éste último como una adecuación de la “mano invisible del mercado” de Adam Smith.

Leeson argumenta que la “mano invisible del mercado” propuesta por Smith, no sólo ayuda al ordenamiento de la oferta y la demanda de los productos, sino que también es la que orquesta la relación entre los productores y consumidores que (bajo la premisa de que cada uno de ellos está enfocado en la búsqueda de sus propios intereses) ayuda a la obtención de beneficios mutuos. Esto también es así en los grupos criminales.<sup>164</sup> En este sentido, para responder a la pregunta de ¿cómo es que los piratas lograban organizarse? Leeson responde que la clave está en entender este “garfio invisible” que hace que los piratas cooperen entre sí para llegar a sus objetivos, es el orden oculto detrás de la aparente anarquía pirata.

La propuesta del “garfio invisible” parte de tres supuestos:

First, individuals are self-interested. This doesn't mean they never care about anyone other than themselves. It just means most of us, most of the time, are more interested in benefiting ourselves and those closet to us than we're interested in benefiting others. Second, individuals are rational. This doesn't mean they're robots or infalible. It just means individuals try to achieve their self-interested goals in the best ways they know how. Third, individuals respond to incentives. When the cost of an activity rises, individuals do less of it. When the cost of an activity falls, they do more of it[...] In short, people try to avoid costs and capture benefits.<sup>165</sup>

---

<sup>164</sup> Leeson, *The Invisible Hook. The Hidden Economics...*, *op. cit.*, p.2.

<sup>165</sup> *Ibid.*, p. 5. “En primer lugar, las personas son interesadas. Esto no significa que nunca se preocupen por nadie más que ellos mismos. Simplemente significa que la mayoría de nosotros, la mayoría de las veces, estamos más interesados en beneficiarnos a nosotros mismos y a los que nos rodean de lo que nos interesa beneficiar a los demás. En segundo lugar, los individuos son racionales. Esto no significa que sean robots o infalibles. Simplemente significa que las personas tratan de lograr sus objetivos de la mejor manera que saben

En este sentido, el “gancho invisible” logra que los miembros de una tripulación puedan llevar a cabo sus cometidos de manera organizada, sabiendo que, contribuyendo con el trabajo en conjunto, pueden llegar a obtener mayores beneficios a bajos costos.

El segundo concepto para entender la organización pirata es el de “gobernancia”. Leeson parte de nuevo de la idea de que el ser humano está en busca de sus propios intereses y, en esta ocasión, considera que, tal como Thomas Hobbes lo indicara en el *Leviatán*, ésta ha sido la justificación para la formación del Estado. Si no fuera por el Estado, sería una guerra constante de todos contra todos donde el “estado de naturaleza” y la “ley del más fuerte” harían que la vida fuera insufrible.<sup>166</sup> Entendiendo que los piratas están fuera de toda ley, del Estado y de gobierno alguno y, en suma, que están en busca de sus propios intereses, ¿qué hace que en la sociedad pirata no abunde el caos?

La respuesta que propone este autor es que debemos de entender la diferencia entre “gobierno” y “gobernancia” (*government* y *governance*). El gobierno es una autoridad que posee el monopolio de la coerción y la violencia, cuya base es la fuerza. Este monopolio de la ley obliga a las personas a moldear su comportamiento. “Gobernancia” es un concepto que va más allá del concepto de “gobierno” y refiere a ciertos mecanismos que proveen y hacen cumplir reglas para crear orden social.<sup>167</sup> La distinción sustancial entre el gobierno y la “gobernancia” es que el primero se basa siempre en la fuerza, mientras que la segunda no la necesita. Esto es esencial para entender el orden, en el desorden, de la piratería. No se necesita de un gobierno, siempre y cuando exista “gobernancia”.

---

hacerlo. En tercer lugar, los individuos responden a los incentivos. Cuando el costo de una actividad aumenta, los individuos hacen menos. Cuando el costo de una actividad disminuye, lo hacen más[...] En resumen, las personas tratan de evitar los costos y capturar los beneficios”.

<sup>166</sup> *Ibid.*, p. 46.

<sup>167</sup> *Ibid.*, pp. 47-48.

Hobbes's 'state of nature', what we commonly call anarchy, doesn't mean the absence of rules, order, and cooperation. It merely means the absence of governance based on monopoly coercive power- the absence of government.<sup>168</sup>

En este sentido podemos entender el código pirata que Daniel Defoe transcribió en su libro: no era necesario que existiera gobierno alguno dentro de la sociedad pirata pues existía “gobernancia”. Ésta era la que organizaba el comportamiento de la tripulación a fin de obtener las ganancias que buscaban, eran reglas que evitaban conflictos que pudieran poner en riesgo el bien común. Visto de esta manera, la anarquía pirata era funcional porque se traducía como un orden detrás del supuesto caos.

### **La piratería e Internet.**

Tal como sucede con el caso de la piratería de la “época de oro”, la piratería en Internet posee antecedentes que ayudan a entender cómo apareció. Es necesario aclarar que este tipo de piratería está íntimamente relacionada con la propiedad intelectual y con la imprenta.<sup>169</sup> Tal como indicó Elizabeth Eisenstein, la imprenta no sólo transformó la creación del libro de manuscrito al impreso, sino que también generó toda una cultura alrededor de éste, en la cual estaba involucrada la piratería. Conceptos como propiedad intelectual, plagio y la misma piratería empezaron a tener significado para los autores sólo después de la invención de la imprenta y fueron los maestros impresores los que contribuyeron a esto.<sup>170</sup>

---

<sup>168</sup> *Ibid.*, p. 51. “El “Estado natural” de Hobbes, lo que comúnmente llamamos anarquía, no significa la ausencia de reglas, orden y cooperación. Simplemente significa la ausencia de una gobernanza basada en el monopolio del poder coercitivo: la ausencia de gobierno.”

<sup>169</sup> Adrian Johns, *Piratería. Las luchas por la propiedad intelectual de Gutenberg a Gates*, España, Akal, 2009, p. 35.

<sup>170</sup> Elizabeth Eisenstein, *La imprenta como agente de cambio. Comunicación y transformaciones culturales en la Europa moderna temprana*, México, Fondo de Cultura Económica, 2010, pp. 115-116.

En teoría, todos los individuos que participaban en la edición y comercialización de escritos debían tener licencias, patentes o registros que les permitían ejercer su labor de forma legal y aunque “quebrarlos era algo más que violar una particular norma [pues] equivalía a deshonrar a la imprenta misma”,<sup>171</sup> Aunque es importante destacar que la piratería estaba íntimamente ligada con la publicación "legal" con registros, licencias o patentes pues los libreros e impresores recurrían en muchas ocasiones, contribuían a la piratería como un mecanismo de circulación del mismo impreso. Tal fue el caso del librero Duplain durante la edición en cuarto de la *Enciclopedia*: inició la impresión de la obra de manera ilegal, y ello le valió el ataque de otros piratas pues consideraron que serían desplazados del negocio.<sup>172</sup>

Si bien esta piratería puede estar de la mano con la invención de la imprenta, Adrian Johns indica que el robo de material intelectual fue considerado piratería sólo a finales del siglo XVII y principios del XVIII, cuando esta palabra empezó a tener popularidad (el autor destaca que uno de los escritores que ayudó a esta popularización, fue el mismo Daniel Defoe) y se incluyó en diccionarios con el sentido más o menos actual, apelando a alguien que imprime ilegalmente el libro de otra persona.<sup>173</sup> No es sólo coincidencia que sea justo en esta época cuando la palabra “piratería” cobró notoriedad: relacionada íntimamente con los salteadores del mar que se analizaron antes, a éstos se les consideró como una mancha para las naciones bien gobernadas y como enemigos de la humanidad y de todo el comercio

---

<sup>171</sup> Johns, *op. cit.*, p.35.

<sup>172</sup> Robert Darnton, *El negocio de la Ilustración. Historia editorial de la Encyclopédie, 1775-1800*, México, Fondo de Cultura Económica, 2006, p. 147.

<sup>173</sup> Johns, *op. cit.*, p. 48.

marítimo mientras a los piratas impresores, que robaban todo tipo de forma cultural, se les consideró ladrones del mundo mismo.<sup>174</sup>

La piratería que atenta con la propiedad intelectual ha tenido, después de los libros impresos, un campo de desarrollo en la música. Antes de llegar al tema de la copia en casetes, CD o, mucho más actual, archivos MP3 en Internet, a finales del siglo XIX e inicios del XX hubo un gran movimiento de piratería de partituras. La popularización del piano en Inglaterra y los Estados Unidos, abrió un amplio camino para los piratas que “copiaban cualquier tipo de música, con tal de que ésta resultara rentable, y lo cierto es que al democratizarse la interpretación y descender al plano doméstico acabaría habiendo gran número de partituras interesantes”.<sup>175</sup> Entrado ya el siglo XX, en Inglaterra y en Estados Unidos la piratería se adecuó a las nuevas tecnologías. En la segunda década del siglo XX la radiodifusión representaba todo un mundo nuevo y la piratería que se desarrolló en los Estados Unidos, significaba una amenaza latente a la iniciativa comercial de la radio; los piratas eran locutores que interceptaban señales para poderlas transmitir por su propia cuenta. En Inglaterra era una actividad diferente:

Eran *oyentes*. Es decir, los piratas eran miembros del público que se tomaban la libertad de «escuchar» una o varias emisiones sin participar de manera alguna en la subvención de lo que entonces se consideraba una cuota equitativa de los costes asociados con la actividad. Se trataba por tanto de un tipo de piratería radicalmente nuevo, dado que consistía en una práctica de recepción, no de producción.<sup>176</sup>

En este sentido, la piratería tuvo una importante transformación, porque no sólo era pirata el que reproducía un producto sin las licencias necesarias, sino también aquel que no

---

<sup>174</sup> *Ibid.*, pp. 65-66.

<sup>175</sup> *Ibid.*, p. 414.

<sup>176</sup> *Ibid.*, p. 446.

pagara por un servicio. Esta transformación es importante porque en ambos casos se observa que el elemento principal que hace a un individuo pirata es que “se salta” la manera autorizada de reproducir un producto o, la forma normativa de hacerse con un producto. En ambos casos el pirata atenta, directamente, contra el mercado y por esto se han generado leyes que hacen de su actividad un delito.

Durantes décadas de 1960 y 1970 un, no tan nuevo, proceso de piratería cobró renombre: la “piratería doméstica”. No era nuevo porque, tanto las piraterías de los siglos XVII y XVIII enfocadas en los impresos, como las de principios del XX, solían desarrollarse en domicilios particulares, pero resultaba novedoso por los nuevos medios con los que se realizaba. Las grabaciones privadas eran consideradas de uso personal y no comercial, pero con el desarrollo de nuevos medios para la grabación de radio, de discos y finalmente de cintas magnéticas “la industria musical diría de esta práctica que se trataba de la mayor amenaza a que hubiera tenido que enfrentarse jamás –un peligro existencial que podía acabar aniquilando a la propia música-”.<sup>177</sup> Lo realmente riesgoso era que la piratería que se realizaba en los domicilios era, prácticamente, imposible de controlar. De la grabación musical, siguió la grabación del video y este tipo de piratería sería la antesala de la piratería digital.

La piratería digital, de la cual la piratería en Internet emerge, comienza a tener una postura contestataria frente a las grandes industrias. La idea romántica de libertad que se atribuye constantemente a la piratería de la “época dorada” cobra fuerza entre 1960 y 1970 y, en algún sentido, se heredó a la piratería del siglo XXI. Como ejemplo de esta postura

---

<sup>177</sup> *Ibid.*, p. 539.



está la piratería telefónica que tenía defensores que sostenían que sus prácticas eran una manera de hacer frente a la industria y al monopolio.<sup>178</sup>

Ya en el contexto digital la piratería se entiende como la copia y descarga ilegal de contenidos digitales.<sup>179</sup> En la informática y el desarrollo de *softwares*, era habitual crear y compartir diversos sistemas operativos con el fin de mejorar el funcionamiento de las primeras computadoras comerciales, esto fue así hasta que la industria del *software* comenzó a apoyarse en las legislaciones sobre la propiedad intelectual: “lo que era una práctica habitual, se convirtió en delito: el hacker que compartía el código y cooperaba con otras personas pasó a ser considerado un ‘pirata’”.<sup>180</sup> El primer texto en que se considera como robo el uso ilegal de un lenguaje de programación o *software* es la “carta abierta a los aficionados” (*An Open Letter to Hobbyists*<sup>181</sup>) de Bill Gates.

Gates había desarrollado su versión de lenguaje de programación BASIC para Altair junto a Paul Allen en la recién creada compañía Microsoft, y se dio cuenta que, quizá, sólo uno de cada diez equipos Altair funcionaba con una versión pagada de BASIC. Esto lo llevó a publicar una carta en la que, abiertamente, condenaba como robo el uso ilegal de su producto. No sólo manifestó su inconformidad hacia los autores concretos de este acto, sino que reprochaba a toda la cultura de la informática que contribuía a estas acciones.<sup>182</sup>

---

<sup>178</sup> *Ibid.*, p. 583.

<sup>179</sup> Wu Ming *et. al.*, *Contra el copyright*, México, Tumbona Ediciones, 2008, pp. 107-10. Y Joe Karaganis (Ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*, U.S.A., SSRIC/The American Assembly/APC, 2012, p. 2.

<sup>180</sup> Miguel Vidal, “Cooperación sin mando: una introducción al software libre” en Carlos Gradin (Comp.), *Internet, hackers y software libre*, Argentina, Editora Fantasma, 2004, p. 48.

<sup>181</sup> Bill Gates, *An Open Letter to Hobbyists* (febrero 1976), [en línea], <<http://www.blinkenlights.com/classiccmp/gateswhine.html>>., s.f., fecha de consulta: 12 de enero de 2018.

<sup>182</sup> Johns, *op. cit.*, p. 606.

La piratería de *software* continuó, sumándole a este fenómeno la descarga de contenidos en Internet. El copiado digital y la descarga ilegal se convirtieron en formas de piratería nuevas porque trasladaban esta práctica del terreno material, a lo intangible.<sup>183</sup> Esta transformación surge gracias a que las personas que realizan esta piratería:

Lo hacen apropiándose de las tecnologías digitales de compresión (mp3, mpeg, entre otras), distribución (redes telemáticas) y reproducción de datos (quemadores, escáner). Gracias a las tecnologías que cancelan la distinción entre `original` y `copia`, usando las redes peer to peer (redes entre iguales, descentradas) para compartir los datos de sus propios discos duros, le dan la vuelta con astucia a cualquier obstáculo técnico o legislativo.<sup>184</sup>

La apropiación de la tecnología facilita copiar y transferir contenidos sujetos a propiedad intelectual y pone en evidencia el costo marginal que cada copia requiere para su producción. Para entender este proceso de reproducción y la cancelación de la distinción entre original y copia mencionada en la cita anterior, es útil el concepto de “recursividad” expuesto por Margarita Padilla en la obra antes citada: *El kit de la lucha en Internet*.

Padilla argumenta que el concepto de “recursividad” está ligado a la repetición, pero es un tipo de repetición que ocurre a partir de un proceso previo, generando algo nuevo que posee todas las cualidades de todo el proceso.<sup>185</sup> En otras palabras, la recursividad es la posibilidad de creación cíclica a partir de condiciones previamente dadas, en donde el producto obtenido comparte las mismas características del todo. Los bienes inmateriales, que son el punto focal de la piratería en Internet, comparten esta cualidad recursiva pues “no se desgastan, se pueden compartir, se auto-producen, se duplican a coste cero y ganan

---

<sup>183</sup> Kavita Phillip, “¿Qué es la autoría tecnológica? La piratería y la propiedad intelectual” en *Nómadas*, no. 28, Colombia, abril 2008, p. 75.

<sup>184</sup> Wu Ming, *op. cit.*, p.27.

<sup>185</sup> Margarita Padilla, *El kit de la lucha en Internet... op. cit.*, pp. 43-44.

valor de uso.”<sup>186</sup>La cualidad recursiva de los bienes inmateriales es producto de las disposiciones tecnológicas que, al mismo tiempo, cancelan la distinción entre lo original y su copia. Esto podría entenderse como el epítome de la reproductibilidad técnica a la que Walter Benjamin se refería al considerar a la fotografía y, consecuentemente, al cine, como medios técnicos que ponían en entredicho el valor aurático y la originalidad de la obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica.

Las nuevas tecnologías y redes como el *peer to peer*,<sup>187</sup> han sido la base para la piratería en Internet. Desde Napster, lanzado en 1999, los sitios catalogados como “piratas” han ido creciendo y desarrollándose a gran escala, y algunos se han identificado con la piratería de la “época dorada” - como es el caso de The Pirate Bay<sup>188</sup> -, tenido fuertes enfrentamientos con Estados y gobiernos que protegen los derechos de autor. Cada intento de cierre de un sitio destinado a la descarga ilegal de contenido, ha generado la reapertura de muchos más, en ocasiones, dando mayor fama y promoción a nuevos sitios y personajes encargados de defenderlos o administrarlos. El caso de Kim Dotcom es un ejemplo de esto. Luego del cierre del sitio Megaupload (que le pertenecía) y de su encarcelamiento, relanzó un año más tarde Mega; un nuevo y mejorado sitio que continuaba con estas actividades consideradas ilícitas, pero que una gran comunidad en Internet usaba.<sup>189</sup>

Las nuevas disposiciones tecnológicas están relacionadas con las nuevas formas de piratería tal como se relacionaron con las previas: con nuevas maneras de transmitir

---

<sup>186</sup> *Ibid.*, p. 59.

<sup>187</sup> “Red informática entre iguales que se vale de nodos variables e intercambiables para prescindir de servidores fijos o terminales, y que permite compartir archivos y software de modo eficaz, aprovechando al máximo la banda ancha de internet.” Wu Ming, *op. cit.* p. 107.

<sup>188</sup> <https://thepiratebay.org/>

<sup>189</sup> Charles Graeber, “Megaupload is dead. Long live Mega!”, en *Wired*, [en línea], <<https://www.wired.com/2012/10/megaupload-mega/>>., fecha de publicación, 18 de octubre de 2012, fecha de consulta: 13 de enero de 2018.

información y nuevas facilidades de comunicación en Internet, también se desarrollan nuevos fenómenos de piratería. Tal es el caso de la red social Facebook que ha generado vías de transmisión de archivos protegidos con derechos de autor y bajo licencias de propiedad intelectual por medio de los grupos que ahí se encuentran,<sup>190</sup> o por medio de Facebook Live.<sup>191</sup> Esta actualización que permite la transmisión de video en vivo, también es una actualización de la piratería

### **Tácticas piratas.**

En el libro *La invención de lo cotidiano*, Michel de Certeau expone dos conceptos que resultan apropiados para establecer una relación entre los tipos de piratería que he expuesto a lo largo de este capítulo: estrategia y táctica. En adelante, expondré la manera en la que Certeau define estos conceptos y mostraré que, particularmente el concepto de “táctica”, resulta apropiado para entender la práctica de la piratería.

De Certeau argumenta que cuando los individuos se encuentran bajo el control de un orden dominante, una manera de resistir a éste es por medio de ciertas “maneras de hacer” que generan un espacio de “juego” dentro de este mismo orden. Estas “maneras de hacer”, que en principio ejemplifica con el escamoteo que un obrero realiza dentro de una fábrica, son traducidas como operaciones dentro de un campo polemológico en donde se desarrollan combates o juegos entre el fuerte y el débil, un espacio donde es necesario conocer las acciones que el débil puede realizar.<sup>192</sup> En este contexto es como las estrategias

---

<sup>190</sup> Rocío A. Gómez, “Piratería en Facebook: la red elimina varios grupos que compartían enlaces para descargar música” en *Marketing 4 Encommerce*, [en línea], <<https://marketing4ecommerce.net/pirateria-en-facebook-elimina-grupos/>>., fecha de publicación, 4 de noviembre de 2016, fecha de consulta: 13 de enero de 2018.

<sup>191</sup> “¿Cómo Facebook Live promueve la piratería?”, en *Semana*, [en línea], <<http://www.semana.com/tecnologia/articulo/facebook-live-promueve-la-pirateria/479582>>., fecha de publicación, 27 de junio de 2016, fecha de consulta: 13 de enero de 2018.

<sup>192</sup> Michel de Certeau, *op. cit.* p. 40.

y las tácticas se traducen como operaciones del débil. El concepto de “estrategia” es definido por el autor de la siguiente manera:

Llamo *estrategia* al cálculo (o la manipulación) de las relaciones de fuerzas que se hace posible desde que un sujeto de voluntad y de poder (una empresa, un ejército, una ciudad, una institución científica) resulta aislable. La estrategia postula *un lugar* susceptible de ser circunscrito como *algo propio* y de ser la base donde administrar las relaciones con una *exterioridad* de metas o de amenazas (los demás clientes o los competidores, los enemigos, el campo alrededor de la ciudad, los objetivos y los objetos de investigación, etcétera).<sup>193</sup>

Para De Certeau, lo propio de la estrategia constituye “una victoria del lugar sobre el tiempo”<sup>194</sup> permitiendo un espacio donde reunir las ventajas adquiridas. Es también el dominio de los lugares mediante la vista y está determinada por un tipo de conocimiento que le permite determinar un lugar propio.<sup>195</sup> A la “táctica” la define de este modo:

Llamo *táctica* la acción calculada que determina la ausencia de un lugar propio. Por tanto ninguna delimitación de la exterioridad le proporciona una condición de autonomía. La táctica no tiene más lugar que el del otro. Además, debe actuar con el terreno que le impone y organiza la ley de una fuerza extraña[...] Obra poco a poco. Aprovecha las “ocasiones” y depende de ellas, sin base donde acumular los beneficios, aumentar lo propio y prever salidas[...] Necesita utilizar, vigilante, las fallas que las coyunturas particulares abren en la vigilancia del poder propietario. Caza furtivamente. Crea sorpresas. Le resulta posible estar allí donde no se le espera. Es astuta.<sup>196</sup>

Estas tácticas son un uso hábil del tiempo por parte de los sujetos que intervienen en los instantes precisos y que le son favorables. Al no poseer un lugar, sólo son capaces de

---

<sup>193</sup> *Ibid.*, p. 42.

<sup>194</sup> *Idem.*

<sup>195</sup> *Ibid.*, pp. 42-43.

<sup>196</sup> *Ibid.*, p. 45.

utilizar los espacios, desviar las leyes externas y manipular aquello que los agentes externos le imponen.

Estos dos conceptos, en apariencia, podrían ayudar a entender a las piraterías que han sido objeto de estudio en este trabajo. Sin embargo, considero que es la “táctica” la operación que da mayor luz para establecer relaciones entre ellas. Se podrá objetar que la “estrategia” se muestra como un elemento favorable para explicar la piratería, de manera particular la de la “época de oro”, si es que se considera que un elemento primordial que distingue un concepto del otro es la posesión de un lugar. En la piratería que se desarrolló durante los siglos XVII y XVIII, existieron ciertos paraísos piratas, lugares en los que la piratería parecía reinar: la isla Tortuga, Nassau o Providencia. Pero estos lugares más que proporcionar un espacio para capitalizar lo obtenido, servían como tránsito en donde los piratas podían huir para después zarpar a nuevos atracos. Lo propio de la piratería, era el movimiento.

Operaciones estratégicas pueden considerarse, en última instancia, la actividad de los corsarios. Anteriormente había mencionado que éstos podían ser bien recibidos en sus lugares de origen, esto era porque su actividad no se consideraba delito. Algunos corsarios fueron nombrados nobles o funcionarios luego de sus acciones. Corsarios como Morgan, Drake o Granmont llegaron a ser afamados caballeros que disfrutaron de sus ganancias.<sup>197</sup> Aunado a esto, los corsarios mantenían estrecha relación con los ejércitos que les proporcionaban información necesaria para realizar sus tareas. Para un pirata, la única manera de dejar de ser perseguido era recibiendo un perdón que lo obligaba a dejar la piratería. No obstante, algunos de ellos sólo aceptaban este perdón como una táctica para

---

<sup>197</sup> Lucena Salmoral, *op. cit.* p. 23.

utilizar las fallas que las coyunturas del poder dejaba, eran astutos. Tal fue el caso de Barbanegra que, al recibir el perdón del gobernador de Carolina del Norte, se reagrupó para volver al pillaje cuando las condiciones eran más seguras para él.<sup>198</sup>

La inestabilidad de la piratería hace que podamos entenderla como un tipo de operación táctica. Esta inestabilidad está relacionada con otro elemento importante en la definición que hace De Certeau: el pirata actúa en el terreno y sobre las reglas que le son impuestas. Tanto en la piratería clásica, como en la que se desarrolla en Internet, las acciones de los piratas son “maneras de hacer” que desvían las reglas impuestas por el Estado para defender y regular el mercado. Saltan y evaden la manera “correcta” de hacerse de mercancías a las que no pueden acceder dada su posición socioeconómica. Cuando se analizaron las razones por las que un individuo de embarcaba a la aventura pirata, se estableció que la principal razón era pobreza: “los piratas serían gentes pobres o miserables, delincuentes, vagabundos, desertores, o perseguidos por sus ideas. Los desechos de Europa, en definitiva.”<sup>199</sup> La piratería en Internet puede entenderse como una consecuencia de los altos precios de los productos y los bajos ingresos, y si está presente en todas partes, lo es porque estas condiciones son similares en muchos lugares: “los bienes mediáticos legales son artículos de lujo en la mayor parte del mundo y, en consecuencia, los mercados para estos bienes son escasos.”<sup>200</sup>

El mercado provee productos y maneras correctas para acceder ellos, pero las condiciones económicas de gran parte de la población no son las óptimas para hacerlo de la forma que el mercado dicta, por lo tanto, estos individuos, generan “maneras de hacer” y

---

<sup>198</sup> Defoe, *op. cit.*, p. 82.

<sup>199</sup> Lucena Salmoral, *op. cit.* p. 38.

<sup>200</sup> Karaganis, *op. cit.* p. 9.

“maneras de hacerse con” los productos. Esto es válido para entender a las piraterías aquí analizadas, en ambos casos, los piratas burlan las leyes del mercado para poder operar. Tom Bowling, por ejemplo, considera que el uso moderno del concepto “pirata” mantiene una relación estrecha con la piratería clásica, en tanto que, en ambos casos, se identifica con “alguien que rompe las leyes del mercado”.<sup>201</sup>

La formación de redes de piratería también es un elemento que se relaciona con romper o saltar las leyes del mercado. La piratería y el contrabando desarrollados en las colonias españolas sirvieron de redes que suplían y modificaban el comercio entre la Ciudad de México y Perú luego de las prohibiciones en el tráfico intercolonial en 1604 y 1631.<sup>202</sup> La creación de redes piratas evadía las prohibiciones españolas y el orden establecido en el campo mercantil. Esta organización es propia de la piratería del siglo XVII y XVIII, del mismo modo que en la piratería en Internet. El sistema en red, según Manuel Castells, es una condición inherente de la organización en Internet y por tal motivo podemos decir que es también propio de la práctica pirata en este medio.

Un último elemento sustancial en la comparativa entre estas piraterías es el concepto de “garfio invisible”. Siguiendo a Peter Leeson, anteriormente expuse cómo es que en las sociedades piratas la organización, que se traducía en beneficios para la comunidad, descansaba en un principio de cooperación explicado con el concepto de “garfio invisible”. Este concepto ayudaba a entender que, a pesar de que cada pirata veía por sus propios intereses, la finalidad del bien común los hacía trabajar en conjunto. La “gobernancia”, por otra parte, hacía que la aparente anarquía en sus navíos se tradujera en

---

<sup>201</sup> Bowling, *op. cit.*, p. 20.

<sup>202</sup> García de León, *op. cit.*, p.65.



cierto orden en el desorden. Al margen de toda ley sustentada en el gobierno (cuyo principio era el uso legítimo de la fuerza) los piratas desarrollaron su propia organización por medio de códigos y prácticas propias de su actividad. No necesitaron que sus códigos estuvieran avalados por algún agente externo, tenían validez porque les era útiles para su propia organización.

En la piratería en Internet, el concepto de “garfio invisible” puede ayudar a entender cómo es que esta práctica se ha mantenido a flote. ¿Cuál es la razón por la que ciertos individuos proporcionen archivos que pueden ser descargados de manera ilegal? Una respuesta posible es que quienes generan páginas para la descarga de contenidos y quienes simplemente suben archivos o enlaces para descarga ilegal, pueden estar pensando en sus propios intereses, pero de manera inconsciente (o consciente en algunos casos) contribuyen a un bien mayor. El “garfio invisible” en su modalidad digital permite entender la manera en la que la piratería en Internet se desarrolla pues sin importar la existencia de un interés particular de quienes contribuyen en esta práctica, los beneficios en el consumo de bienes digitales se extiende. Los intereses pueden ser variados y en diferentes escalas: quienes administran sitios dedicados a la descarga de contenidos pueden estar interesados en beneficios económicos derivados de la publicidad en el sitio o del pago de suscripciones, pero aun así contribuyen a la multiplicidad de archivos que se pueden descargar de manera gratuita. Quienes suben archivos a Internet o comparten enlaces por su cuenta podrían buscar un beneficio particular, pero al realizar estas actividades también están contribuyendo a este bien mayor.

El concepto de “táctica” de Michel de Certeau ayuda a entender las piraterías expuestas, como prácticas, operaciones o desvíos que intentan resistir a agentes externos

que implantaron leyes de mercado que parecían ser inamovibles. Por otra parte, tanto en la piratería de la “época de oro”, como en la piratería en Internet, un factor que prevalece es la pobreza. En ambos casos la posición socioeconómica a la que pertenecían era un factor importante que los motivaba a piratear. En resumidas cuentas, los piratas aquí analizados, no planearon una transformación del orden establecido, a sabiendas de que podía ser imposible. No propusieron modelos económicos o políticos que generaran una transformación radical en sus vidas o las de los demás. Simplemente surcaron (fuera en el mar o en Internet) las fuerzas que se les imponían por medio de diversas “maneras de hacer”.

Capítulo V. EL APRENDIZAJE, EL REGALO Y LA PIRATERÍA EN *HOLK GOLD*. Los pasados capítulos previos se generaron herramientas conceptuales para analizar las prácticas del aprendizaje, el regalo y la piratería, y sus transformaciones en Internet. El estudio de estas prácticas y el desarrollo de los conceptos lo he realizado en su generalidad, ahora es momento de que estas reflexiones ayuden a entender el caso específico que atañe a esta investigación: *Holk Gold*. En este último capítulo me propongo llevar la descripción del grupo realizada en el primer apartado al terreno del análisis, por medio de los diversos conceptos que se han esbozado a lo largo de este trabajo.

***Holk Gold* como “comunidad virtual de aprendizaje informal”.**

En el segundo capítulo he establecido una distinción entre las “comunidades virtuales de aprendizaje no formal” y las “comunidades virtuales de aprendizaje informal”. Ambas comunidades hacen uso de los medios tecnológicos y en ambas existe la generación de conocimientos: la diferencia sustancial es que las primeras tienen como objetivo el conocimiento y el aprendizaje, mientras en las segundas éste es un subproducto de las actividades que se realizan. Las “comunidades virtuales de aprendizaje no formal” se ejemplifican con las *wikis* -éstas entendidas como aplicaciones informáticas dentro de un servidor que permite a los usuarios consultar, añadir y editar contenidos-<sup>203</sup>, y aunque existen otros modelos de comunidades virtuales de aprendizaje no formal, en la mayoría de los casos se reproducen los patrones de la educación tradicional, sólo que ahora en Internet.

Estos intentos de comunidades de aprendizaje pueden partir de buenas intenciones, pero caen en los mismos desaciertos que, en muchos casos, la educación tradicional en las aulas reproduce. Por ejemplo la Fundación UNAM, dependencia de la Universidad

---

<sup>203</sup>Jordi Adell, *Wikis en educación*, [en línea], <[http://www.uch.edu.ar/Imagenes/contenidos/Adell\\_Wikis\\_MEC.pdf](http://www.uch.edu.ar/Imagenes/contenidos/Adell_Wikis_MEC.pdf)>., s/f, fecha de consulta: 28 de abril de 2018.

Nacional Autónoma de México, a través de la plataforma Coursera de la Universidad de Stanford, tiene una serie de cursos en línea gratuitos que mantienen la verticalidad en la difusión de los conocimientos: un profesor o encargado del curso, un programa definido y evaluaciones. Prácticamente se lleva el aula a Internet. Otro ejemplo de este tipo de prácticas educativas *online* es la plataforma México X desarrollada por la Secretaría de Educación Pública de México en asociación con diversas universidades y organizaciones. Tal como en el caso anterior, hay patrones que se repiten como la unidireccionalidad de los contenidos educativos y las evaluaciones al final de los cursos. Y sin embargo, aunque estas plataformas, en algún sentido, reproducen la educación tradicional *offline*, son mucho más flexibles que otros modelos educativos y permiten a los alumnos adecuar sus tiempos de lecturas y consulta de materiales audiovisuales. Como ejemplo de las “comunidades virtuales de aprendizaje informal” (en adelante CVAI) propongo considerar al grupo *Holk Gold* porque en éste se reúnen características que distan de proyectos alternativos de aprendizaje en Internet.

Dije antes que un elemento sustancial para entender a las CVAI es que pueden alojarse en redes sociales como Facebook que, sin ser un espacio diseñado para la enseñanza/aprendizaje, posee desarrollos tecnológicos que posibilitan esta práctica. Si bien esto es cierto, es importante señalar que han existido proyectos de comunidades virtuales de aprendizaje dentro de esta plataforma, sin que éstos puedan ser considerados como CVAI. Como ejemplos de estos proyectos se encuentran Web2Learn de la Universidad Abierta de Cataluña y el Proyecto Facebook de la Universidad de Buenos Aires.

Web2Learn se diseñó con el objetivo de crear conocimientos sobre las posibilidades de Facebook para el desarrollo de actividades de aprendizaje colaborativo en

línea.<sup>204</sup> Web2Learn era una comunidad virtual de aprendizaje, pero a pesar de estar constituida en Facebook no puede ser catalogada como CVAI porque tenían como objetivo la creación de conocimiento y seguían una directriz entre sus objetivos y actividades, por ejemplo:

- Impulsar el aprendizaje y el trabajo entre pares.
- Investigar individualmente las características del entorno y poner en común los resultados, dejando constancia en el propio espacio de los resultados de la investigación.
- Proponer a los otros miembros del grupo estrategias, recursos y fuentes de información relacionadas con el uso educativo de Facebook y sus posibilidades como apoyo para el trabajo colaborativo.<sup>205</sup>

En este caso se utilizan las posibilidades técnicas de Facebook, pero existe una intencionalidad en el grupo que hace posible la interacción entre los usuarios que lo integran y no es un subproducto de su actividad o del grupo en sí mismo.

Por otra parte el Proyecto Facebook es un intento de llevar las posibilidades tecnológicas de Facebook a un choque con la formalidad de la enseñanza tradicional en las aulas o incluso contra los proyectos de aprendizaje que se desarrollan en Internet (como México X). El Proyecto Facebook fue un ejercicio realizado en 2009 en la Universidad de Buenos Aires en donde se planteó un entorno educativo colaborativo y abierto en donde los (no) alumnos y los (no) docentes (tal como ellos mismos se definieron) se concebían como creadores y no sólo receptores de conocimientos.<sup>206</sup> El proyecto se centró en el desarrollo colaborativo de material audiovisual que posibilitara el aprendizaje en un “espacio” fuera

---

<sup>204</sup> Francesc Llorens y Neus Capdeferro, “Posibilidades de la plataforma de Facebook para el aprendizaje colaborativo en línea, en *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, Vol. 8, no. 2, julio-enero, 2011, p.34.

<sup>205</sup> *Idem.*

<sup>206</sup> Alejandro Piscitelli, Iván Adame e Inés Binder (comp.), *El proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, Barcelona, Ariel, 2010, p. xv.

de la universidad tradicional y de sus métodos de enseñanza y evaluación. El uso de Facebook como vía para sus propósitos se justificó de la siguiente manera:

La Web 2.0 es potencialmente crítica de las sociedades jerárquicas existentes. Una enseñanza atravesada por los principios de Internet —y, en este caso, encapsulada en un alfabetizador 2.0 básico como es Facebook— exige, más que infinitos textos y comentarios, la generación de nuevos dispositivos que permitan la crítica autorreflexiva y el diseño de experiencias. En las redes el pensamiento se presenta como cambio de posiciones, jerarquías, intercambios y funciones. Prefigura así, como peligro, un estilo flexible de trabajo que puede reforzar las inequidades preexistentes. Pero, opcionalmente, genera una mejor distribución del *surplus* cognitivo y una posibilidad de participación equilibrada y no reduccionista de las relaciones sociales; en este caso, entre docentes y alumnos —y así ocurrió permanentemente en el *Proyecto Facebook*—, con un reparto simbólico de poderes, deberes o haberes, incluso económicos, mucho más equilibrado que el que permite la universidad tradicional.<sup>207</sup>

Si bien es cierto que la Web 2.0 ha generado “espacios” más horizontales y que este factor es importante en su uso para la enseñanza, lo que resulta sumamente interesante es que, gracias a sus posibilidades tecnológicas, no es necesario el desarrollo de objetivos o estrategias específicas para que el aprendizaje se genere y comparta. En el caso del Proyecto Facebook lo que se ha hecho es orientar las posibilidades ya existentes dentro de la plataforma para llegar al lugar deseado: el conocimiento.

En este sentido tanto Web2Learn como el Proyecto Facebook deben ser entendidos como comunidades virtuales de aprendizaje no formal porque en ambos alteran la manera en la que se generan y transmiten conocimientos, pero la intencionalidad persiste. Esto no desvirtúa ninguno de los dos proyectos, pero resulta más interesante la posibilidad de que

---

<sup>207</sup> *Ibid.*, p. XVIII.

se generen espacios de aprendizaje y creación de conocimientos sin que éstos sean planeados, que surgen gracias a las mismas condiciones tecnológicas que la Web 2.0 posibilita.

*Holk Gold* es interesante por la razón antes señalada: podemos entender este grupo como ejemplo de una comunidad virtual de aprendizaje informal porque sin tener como finalidad el aprendizaje, éste se hace presente. En la descripción del grupo realizada en el primer capítulo de esta investigación indiqué que dentro de éste se habían agregado manuales para poder realizar las actividades de *carding* y el uso de los *bins*. La manera en la que se realizan estos aportes y un ejemplo de estos manuales pueden ser consultados en el cuadro cuatro (ver cuadro 4, p. 129) y en el Anexo 3 (ver Anexo 3, p. 133), respectivamente. En el cuadro número cuatro, un administrador indica la manera en la que los miembros del grupo pueden contribuir con aportes por ejemplo: manuales, tutoriales o guías de aprendizaje. El administrador se encarga de organizar y actualizar un link de descarga de estos archivos. En este cuadro podemos ver que se destaca que el material de aprendizaje es un esfuerzo compartido de los miembros del grupo pues todos pueden colaborar y todos tienen acceso a la información. El tercer anexo es una explicación de cómo están constituidas las tarjetas de crédito prestando atención al número de la tarjeta. Esta información es necesaria ya que para la extracción de un *bin* y la posterior creación de tarjetas falsas es necesario que los usuarios conozcan estas características. El aprendizaje de los elementos de una tarjeta de crédito que se muestran en este manual se complementa con información sobre conceptos necesarios para el fraude informático que se pueden observar en el anexo dos en la página en donde se explican palabras como: *phishing*, clonación de tarjetas o *botnet*. (Ver Anexo 2, p. 132)

El funcionamiento interno del grupo, determinado por la plataforma de Facebook, ha generado que dentro del mismo se puedan establecer relaciones de aprendizaje o que incluso algunos miembros puedan considerar al grupo como una herramienta de aprendizaje. En el cuadro número nueve se puede ver una captura de pantalla de un mensaje escrito por un administrador del grupo en el cual pregunta las razones por las que los miembros se integraron (ver cuadro 9, p. 131). Las respuestas son variadas, pero como se puede ver en los cuadros diez y once (ver cuadros 10 y 11, p.131), algunos miembros del grupo apelan a la posibilidad de aprender sobre el *carding* y los *bins*, incluso un miembro escribe que se unió porque ya no quería seguir pagando su suscripción a Netflix y pertenecer al grupo *Holk* le dio la oportunidad de llegar a *Holk Gold*. Otros más dicen que entraron sólo para aprender, mientras que para otro el aprendizaje fue un subproducto de las actividades que ahí se realizan pues en un principio él sólo quería participar en los sorteos de cuentas, pero después aprendió sobre *bins* y ahora sólo quiere seguir aprendiendo.

El material con el que los miembros aprenden es variado, pueden ser archivos PDF o Word, incluso hay videos creados por los miembros. En este sentido, el grupo puede ser comparado con el Proyecto Facebook y Web2Learn con la diferencia de que en éstos la creación de material didáctico era parte de la misma estructura de cada proyecto mientras que en *Holk Gold* este material fue creado para que el grupo siguiera funcionando. En el anexo cinco se muestra un manual para crear cuentas “autopagables” que son membresías de sitios como Netflix o Spotify que funcionan por un periodo mayor al que estos sitios ofrecen como prueba gratuita (ver Anexo 5, p. 135). Tal como los manuales descritos en los anexos dos y tres, éste fue puesto a disposición del grupo por medio de un link de descarga vinculada a Mega (ver Anexo 2, p. 132 y Anexo 3, p. 133). Este anexo es más específico y



muestra diversas maneras de crear cuentas que se renueven de manera periódica, con este tipo de archivos los integrantes del grupo aprenden y posteriormente crean sus propias cuentas o compran productos de Amazon y otros sitios.

Con la finalidad de que puedan seguir las dinámicas del grupo (las rifas y juegos para el regalo de cuentas y membresías o la misma actividad del *carding*) se han creado grupos llamados “*Teams*” dentro de *Holk Gold*, éstos se encargan de mantener en marcha las actividades compartiendo cuentas, *bins* y métodos. En el cuadro doce se puede ver un ejemplo del “reclutamiento” a un grupo, se hacen llamar “pizzita” y buscan a miembros del grupo que tengan tiempo para aprender sobre diversos temas como: uso de *bins*, *carding*, *checkers* (producto que permite controlar programas de entidades financieras), crear cuentas en la plataforma de videojuegos Steam o incluso aprender sobre métodos para vulnerar computadoras como inyecciones SLQ (ver cuadro 12, p. 131). Los requisitos para integrar este “*Team*” son: tener disposición a aprender, tiempo para hacerlo y demostrar que se forma parte del grupo. Lo interesante de esto es que se hace hincapié en que para poder integrarse es necesario tener la disposición de aprender, esto ayuda a mostrar cómo es que se ha creado una comunidad virtual donde el aprendizaje es pieza clave. Si bien la disposición al aprendizaje no es el único requisito, es de vital importancia porque de esto depende la funcionalidad del grupo.

En este ejemplo de reclutamiento podemos ver algo más: su similitud con una solicitud de trabajo. La manera en la que está constituida la publicación en el grupo tiene una estructura similar a un anuncio clasificado en donde se ofrece un empleo, destacando los beneficios de ser contratado y los requisitos de contratación para terminar indicando que no es necesaria experiencia en el área. Si se es “contratado” por el grupo, se tendrán que

adquirir conocimientos y habilidades para generar cuentas y compras físicas, pero a diferencia de un contrato con una empresa, el producto del trabajo no será propiedad del empleador sino que podrá ser donado al grupo. Retomando lo dicho por los miembros del Proyecto Facebook se

prefigura así, como peligro, un estilo flexible de trabajo que puede reforzar las inequidades preexistentes. Pero, opcionalmente, [se] genera una mejor distribución del *surplus* cognitivo y una posibilidad de participación equilibrada y no reduccionista de las relaciones sociales.<sup>208</sup>

En este sentido existe la posibilidad de una mejor distribución del producto del aprendizaje obtenido y otra característica más que relaciona a *Holk Gold* con las CVAI es que su funcionalidad e eficiencia no dependen de la fortaleza de los vínculos existentes entre sus miembros: como dije en el segundo capítulo, lo que posibilita su eficacia es el éxito de las conexiones. No hay necesidad de que los miembros del grupo mantengan una estrecha relación (con más de cien mil participantes eso parece complicado): las conexiones que la plataforma de Facebook posibilita funcionan con la eficacia suficiente para que los miembros del grupo puedan interactúen y generen conocimientos sin necesitar vínculos *offline* ni *online*.

Por otra parte es necesario subrayar que como CVAI el aprendizaje que se genera no está sujeto a ningún tipo de evaluación o comprobación de conocimientos: no hay exámenes o evaluaciones periódicas. Dado que el aprendizaje deriva de las conexiones internas y del funcionamiento del grupo, no está previsto evaluar lo que se aprenda. La única manera de comprobar que se adquirió conocimiento es la práctica: generando tarjetas

---

<sup>208</sup> *Idem.*

de crédito falsas y haciendo cuentas en Netflix o Spotify, conocimientos son prácticos y se relacionan con los descritos en el segundo capítulo de esta investigación. El aprendizaje y conocimiento en Internet, según Carles Dorado, se caracteriza por ser un tipo de operación vinculada a la interacción, la mediación y coordinación entre varios usuarios que tiene como finalidad realizar acciones concretas.<sup>209</sup> En *Holk Gold* el aprendizaje se origina por la interacción, mediación y coordinación de los miembros y sólo puede corroborarse al ejecutar acciones concretas.

En el Proyecto Facebook se apelaba a un aprendizaje crítico y autorreflexivo, tal vez esto pueda ser posible y los espacios virtuales puedan colaborar para su realización, pero en *Holk Gold* lo importante es que sea operativo, que pueda tener resultados inmediatos y visibles. En este sentido, este ejemplo de CVAI estaría distante a los objetivos del Proyecto Facebook, pero muestra los mismos principios de horizontalidad y mejor goce del *surplus* cognitivo que encontraban en la Web 2.0. Es posible que en Internet se puedan generar espacios críticos y reflexivos que aprovechen las disposiciones tecnológicas de la Web 2.0, pero del mismo modo es posible que estos espacios se generen como consecuencia de estas disposiciones y no necesariamente ser planeados mostrándose como comunidades virtuales de aprendizaje informal.

### **La práctica del regalo y *Holk Gold*.**

Como señalé, la manera en que las prácticas cambian y evolucionan al pasar del mundo *offline* al *online* requiere aproximaciones que posibiliten su entendimiento y en el caso del regalo no ha sido una excepción. Retomando lo expuesto en el capítulo tercero, considero que un elemento sustancial es la pérdida del sacrificio o desprendimiento originado por la

---

<sup>209</sup> Dorado, *op. cit.*, p. 13.

inmaterialidad de los bienes intercambiados. Lo anterior quiere decir que gracias a que los bienes que se intercambian en Internet no poseen características concretas como las de regalos en el mundo *offline*, en el acto de regalar no hay un sacrificio o pérdida del objeto regalado que tenga como resultado una deuda, la creación de vínculos o una obligación: cuando se obsequia un libro físico están implícitos ciertos convenios que tienen como resultado la fundación o reforzamiento de vínculos sociales, una deuda a pagar o una obligación con el donante por el reconocimiento de que éste cedió la posesión del objeto; cuando se regala un libro digital no hay pérdida que reconocer puesto que ambos partícipes pueden leer el libro sin mermar la actividad del otro, por tanto la transacción no obliga a ninguna intercambio posterior ni establece vínculos obligados. No obstante, algo que permanece en esta práctica dentro o fuera de Internet es que la transacción de objetos no está orientada o subordinada a una ganancia mercantil: ni objeto material, ni el inmaterial genera un ingreso económico.

La inmaterialidad de los objetos que se intercambian y su consecuente pérdida de unicidad (carácter único) corresponden a una posibilidad de reproducción que Margarita Padilla definió como recursividad.<sup>210</sup> La recursividad de los bienes inmateriales reduce los costos de producción y reproducción hasta casi cero y este “costo cero” sugiere cierta gratuidad de los bienes en Internet. Si bien es cierto que usar Internet supone gastos como acceder a una computadora o *smartphone* y pagos de electricidad e Internet, la copia y reproducción de música, películas, *software* o libros digitales no requiere materia prima como en el mundo *offline*.

---

<sup>210</sup> Margarita Padilla, *op. cit.* p. 43.

Ahora bien en los sistemas de regalo, los bienes son gratuitos para el donatario dentro y fuera de Internet, mientras que para el donante la gratuidad sólo puede estar presente en Internet: en el mundo *offline* hay que comprar el objeto o la materia prima para crear lo que posteriormente se regala, y esto genera preguntas que nos acercan al objeto de estudio en *Holk Gold*, por ejemplo: ¿qué implica la doble gratuidad de los regalos en Internet? ¿Lo gratuito, siempre es realmente gratis? ¿Hay negocio en la gratuidad?

En *Holk Gold* la actividad del regalo muestra características como las señaladas anteriormente. En función de los bienes inmateriales como videos o libros digitales, los mismos manuales de aprendizaje son un ejemplo de regalos que no tienen la característica de la unicidad ya que están disponibles para todos los miembros, y a pesar de ser un “grupo” los vínculos –si es que los hay más allá de compartir publicaciones en el muro del grupo– no sufren modificaciones, o no se generan deudas o compromisos posteriores.

En el caso de los *bins* que se comparten para generar tarjetas de crédito o débito, se podría objetar que el valor unitario del cifrado de números que da una tarjeta válida podría delimitar el carácter múltiple del regalo, pero es necesario mencionar que en este caso la recursividad de la red se mantiene operativa. Padilla mencionaba que “cuando hay recursividad surge algo nuevo que se da en la relación entre repeticiones consecutivas”;<sup>211</sup> lo que sucede con los *bins* compartidos es que a partir de cuatro números, dieciséis variables y sus infinitas combinaciones siempre surge una nueva tarjeta que, con suerte, puede ser usada para comprar algo o contratar una suscripción. El *bin*, visto como regalo, comparte las características de otros objetos inmateriales, al menos en sus infinitas posibilidades de reproducción.

---

<sup>211</sup> *Idem.*

Lo que considero significativo en esta práctica concreta del regalo dentro del grupo, y que se relaciona con las preguntas antes señaladas, es el regalo de cuentas “gratuitas” que inicialmente servirían como promoción a Deezer, Spotify o Netflix para sumar suscriptores y que están ejemplificadas en el cuadro cinco (ver cuadro 5, p. 128). La imagen es una captura de pantalla del grupo *Holk Gold* y muestra una membresía *Premium* de Deezer. Esta membresía durará un mes porque es el periodo de prueba gratuita que la empresa otorga a futuros suscriptores de paga; pero este “regalo” por parte de Deezer requiere ciertas condiciones, siendo una de las más importantes una tarjeta de crédito o débito funcional. En el grupo no se requiere de estos formalismos, se genera una tarjeta falsa, se obtiene el regalo de la compañía y posteriormente se vuelve a regalar. Lo anterior sirve para reformular las preguntas planteadas; con miras a entender lo que sucede en *Holk Gold*, cabe preguntarse: ¿cómo entendemos el regalo de un “regalo” como los que hacen estas de una empresas?, ¿qué es lo gratuito para empresas como éstas?, ¿cuál es el negocio de la gratuidad? Para responder estas preguntas hay que decir que lo gratuito es un negocio desde hace tiempo y que si hemos de comparar y contraponer lo gratuito de la red contra lo “gratuito” como negocio es necesario saber de dónde surge el negocio de lo gratis.

Un primer antecedente del negocio que se puede hacer con lo gratuito fue la estrategia comercial desarrollada por las gelatinas *Jell-O* en 1902. El entonces presidente de la compañía Frank Woodward y su jefe de marketing William E. Humelbaugh desarrollaron una estrategia para frenar la caída en picada de la entonces incipiente compañía. Dado que no se conocía el producto y su apariencia no era muy llamativa (porque era una base viscosa a la que se le podían añadir colorantes y saborizantes) muy poca gente estaba dispuesta a probar y comprar la gelatina, lo que originó un margen de

ganancia pobre y auguró la quiebra de la compañía. Woodward y Humelbaugh optaron por regalar tarjetas de la marca en el *Ladies Home Journal* indicando que Jell-O era el postre más famoso en Estados Unidos y que podía usarse de manera fácil.<sup>212</sup> Junto a esta estrategia la empresa imprimió miles de recetarios que regalaban de puerta en puerta con la finalidad de que las personas supieran qué hacer con la gelatina y acudían a las tiendas asegurando a los tenderos que llegarían oleadas de personas buscando el producto; la estrategia funcionó y para 1904 Jell-O alcanzó más de un millón de dólares en ventas.

Junto al ejemplo de Jell-O se encuentra la estrategia de Gillette, la empresa de rastrillos y navajas de afeitar. Inventora de la máquina de afeitar con navajas removibles, al principio la empresa no obtuvo las ganancias que esperaba pues las personas estaban acostumbradas a usar navajas que se afilaban en casas y no se sustituían de manera regular. Gillette vendió máquinas de afeitar a precios muy bajos a bancos que las regalaban cuando alguien abría una cuenta -propia mente la empresa no regalaba su producto pero los bancos sí- y con esto se generó la necesidad de seguir comprando las navajas desechables y fortaleció las ventas.<sup>213</sup> Estas estrategias funcionan principalmente como marketing<sup>214</sup> pero también funcionan como modelo de negocio, y en el siglo XXI se ha favorecido en lo que Chris Anderson llama la transformación de la “economía de los átomos” a la “economía de los bits”:

En la economía basada en los átomos, que equivale a decir la mayor parte de lo que nos rodea, las cosas tienden a volverse más caras con el tiempo. Pero en la economía basada en los *bits*, que es el mundo *online*, las cosas se abaratan. La

---

<sup>212</sup> Chris Anderson, *Gratis. El futuro de un precio radical*, España, Tendencias Editores, 2009, pp. 25-26.

<sup>213</sup> *Ibid*, p. 27.

<sup>214</sup> Entendido como mercadeo: una serie de estrategias que buscan atraer o captar clientes.

economía de átomos es inflacionaria, mientras que la economía de *bits* es deflacionaria.<sup>215</sup>

Esta deflación es producida por la recursividad pues la reproducción y administración de los bienes tienen costos reducidos. Lo gratis es una posibilidad de la misma Red y empresas como Netflix y Spotify usan este principio para mejorar sus ventas bajo el modelo *freemium* y de “muestra gratuita” que les permiten dar suscripciones gratuitas por un mes de uso. El modelo *freemium* no surge en el mundo *online*, pero encuentra en éste un máximo aprovechamiento, para explicar esto Netflix y Spotify son buenos ejemplos.

Netflix originalmente surgió como renta de DVDs por correo, usando un modelo de fijación de precios que mezcla un coste marginal con un precio marginal. Esto significa que pagando una suscripción mensual se podían rentar gran cantidad de películas a un precio reducido por cada una (dependiendo de cuantas se rentaran al mes), teniendo una ganancia considerable para la empresa porque los costos de distribución solían ser bajos. Netflix gastaba en distribución y personal, por lo que la empresa ganaba más si los socios usaban menos el servicio; de hecho, era más provechoso que los clientes tardaran mucho en regresar un DVD porque así había más personal para atender a más usuarios con menos personal.<sup>216</sup>

En 2010 Netflix implementó su servicio en *streaming* en donde posteriormente integró un modelo de muestras gratis de 30 días para probar el servicio. Este modelo es parecido a las muestras gratis de galletas que se dan en los pasillos de los supermercados: posibilitan que posteriormente se compre el producto. La estrategia de esta empresa: dar un

---

<sup>215</sup> Chris Anderson, *Gratis. El futuro de un precio radical*, op., cit, p. 30.

<sup>216</sup> *Ibid*, pp. 230-231.



mes de uso gratuito para inducir a que después se contrate el servicio de paga periódica, no es propiamente un modelo *freemium* porque la prueba dura sólo un mes y no se puede acceder al servicio si no se paga. Spotify (empresa sueca de música vía *streaming* lanzada en 2006) sí funciona bajo un modelo *freemium* ya que cuenta con una modalidad gratuita con publicidad y otra de paga sin publicidad, con alta calidad de reproducción y funcionalidad sin conexión a Internet. Spotify usa un sistema compartido de negocio que mezcla la publicidad y el pago de servicios para costear el desarrollo de aplicaciones y la administración de la plataforma. La publicidad paga una parte del costo de servicio generado por quien accede de manera gratis a Spotify: si no pagas por la membresía entonces tendrás que escuchar publicidad entre canciones y no podrás seleccionar qué escuchar ya que las canciones se reproducen de manera aleatoria. El modelo *freemium* opera de la siguiente manera:

Una página Web típica sigue la "Regla del 5 por ciento"(el 5 por ciento de los usuarios financia todo el resto). En el modelo *freemium*, eso significa que por cada usuario que paga por la versión premium de la página Web, otros 19 consiguen la versión básica gratuita. La razón por la que esto funciona es que el coste de atender a los 19 es próximo al cero, por no decir nulo.<sup>217</sup>

Páginas y empresas como Spotify usan este mismo sistema de negocio que posibilita los bajos costos en producción y distribución de bienes. No es necesario que todos paguen porque quienes lo hacen ayudan a sobrellevar el negocio, aun así el sistema *freemium* está pensado para que más personas quieran pagar por una cuenta que les permita no escuchar publicidad. Aunado a esto, Spotify también “regala” un mes gratis del servicio premium a fin de que más usuarios paguen y generen más ganancias para la empresa.

---

<sup>217</sup> *Ibid*, p. 47.

La idea de gratuidad que permite pensar la reproducción recursiva de los bienes en Internet tiene consecuencias no sólo en los sistemas empresariales o las estrategias de marketing. La posibilidad de conseguir gratis todo, o casi todo, lo que está en Internet es un elemento fundamental para entender el uso de Internet y en particular lo que se realiza en *Holk Gold*. Chris Anderson considera que lo gratuito está educando a toda una generación, los usuarios de Internet con menos de veinte años no quieren pagar por productos digitales porque, para el autor, tienen un entendimiento intuitivo de una diferencia entre la economía de los átomos y la economía de los *bits*.<sup>218</sup> No es lo mismo comprar ropa por Internet, que comprar una canción en Internet, la primera compra implica una economía de los átomos aparentemente sujeta al dinero mientras que la segunda no puede considerarse de la misma manera: ¿para qué pagar por algo si puedo encontrarlo gratis en Internet?

Para Anderson existe una relación directa entre tiempo/dinero/edad que afecta el uso del Internet: entre menor edad, menos dinero y más tiempo libre; entre mayor edad, más dinero y menos tiempo libre.<sup>219</sup> Esta ecuación significa que un joven que no trabaja utilizará su tiempo libre para obtener bienes que no puede comprar porque no tienen dinero, hará cualquier cosa para hacerse de ellos de manera gratuita; Por otro lado un adulto con trabajo no tendrá tiempo libre, pero tendrá más dinero que un joven y no se molestará en buscar bienes gratuitos pudiendo pagarlos. Tal vez este esquema puede ser puesto en duda atendiendo las grandes desigualdades económicas en el mundo: el obrero de una fábrica no tendrá más dinero que el hijo menor del dueño de la misma, o un joven en una familia pobre que trabaja todo el día no tendrá mucho tiempo libre. Pero aceptando la premisa de Anderson en términos generales, es posible ver algunas razones por las cuales esta

---

<sup>218</sup> *Ibid*, pp. 297-298.

<sup>219</sup> *Ibid*, pp. 96-97.

generación no estará dispuesta a pagar por algo en Internet, en primer lugar porque no tiene recursos y en segundo lugar por tiene tiempo para hacer lo necesario para no pagar.

Siguiendo esta premisa es posible analizar los “regalos” de Netflix o Spotify que posteriormente se regalan en *Holk Gold*. Las cuentas de prueba de estas empresas no son propiamente regalos porque funcionan como estrategias de marketing que tienen como finalidad una ganancia económica pues se espera que después del periodo de prueba el usuario empiece a pagar. Existe una condición fundamental para poder acceder a una de estas pruebas gratuitas: una tarjeta de crédito o débito que abale que podrás pagar posteriormente. Si no posees una tarjeta de crédito o débito que te dé la posibilidad de hacerte de un mes gratis de una cuenta premium y dispones de tiempo, como pasa en *Holk Gold*, entonces es posible generar una tarjeta falsa y acceder al “regalo” de estas empresas. En *Holk Gold* se conoce o se entiende, de modo intuitivo como lo dice Anderson, que en Internet todo puede ser gratuito y por lo tanto no es necesario pagar por ello.

Estos modelos de suscripción han sido llamados, en el caso de Spotify o Deezer, como *open music model*, y se planteaban como una manera de poner en jaque a quienes aseguraban que las personas no volverían a comprar música gracias a que Napster había mostrado que la música es gratis.<sup>220</sup> El avance de este tipo de modelos de negocio ha estado a la alza, Spotify pasó de tener 24 millones de suscriptores gratuitos y 6 millones de paga en 2013<sup>221</sup> a 140 millones de suscripciones con 50 millones de paga,<sup>222</sup> pero en estas cifras no se considera que hay un porcentaje de estos suscriptores de paga que en realidad no

---

<sup>220</sup> Frédéric Martel, *Smart. Internet (s): la investigación*, España, Taurus, 2014, p. 251.

<sup>221</sup> *Idem*.

<sup>222</sup> Forbes Staff, “Spotify presume 50 millones de suscriptores de paga”, en *Forbes*, [en línea], <<https://www.forbes.com.mx/spotify-presume-50-millones-de-suscriptores-de-paga/>>, fecha de publicación, 07 de marzo de 2017, fecha de consulta: 30 de mayo de 2018.

están pagando ya que pudieron acceder a suscripciones por tarjetas falsas. En *Holk Gold* las restricciones de estas empresas para acceder a los “regalos” son sorteadas gracias al uso del mismo Internet y al entendimiento de que en Internet todo puede llegar a ser gratis y se transforman en verdaderos regalos al introducirlos a mecánicas internas que mantienen el flujo gratuito de los bienes recursivos.

Por último lo que indican estos modelos de suscripciones a plataformas de *streaming* es una transformación de los mismos bienes culturales. Férédic Martel menciona que se está experimentando un cambio de bienes culturales a servicios culturales: “en vez de apropiarse de esos objetos culturales con una actitud de acumulación burguesa, nos contentaremos con tener acceso a ellos: la suscripción, y no ya la propiedad, será por lo visto el futuro de la cultura”.<sup>223</sup> Si esta es la tendencia, la piratería en Internet puede pensarse no sólo como la descarga ilegal de bienes, sino también como el acceso a los servicios culturales que surca la manera, determinada que estas empresas imponen.

### **Nuevas piraterías en Internet: *Holk Gold*.**

Existen elementos que ayudan a entender los tipos de piratería que se realizan en *Holk Gold* y que se relacionan con las piraterías expuestas en el capítulo cuarto de esta investigación: las tácticas y “maneras de hacer” que desvían las reglas impuestas por el mercado, la organización del grupo entendida como un cierto tipo de “gobernanza” y una adecuación al “garfio invisible” entendido como una colaboración, directa o indirecta, que ayuda al goce de bienes culturales inmateriales en Internet. Por último, existe también la posibilidad de entender las transformaciones de la piratería en Internet porque si hay una tendencia a una transformación de bienes culturales en servicios culturales, entonces también hay una

---

<sup>223</sup> Martel, *op. cit.*, p. 252.

transformación de la piratería que se centraba en la obtención de estos bienes a una que opta por el acceso libre a los servicios. En adelante analizaré cada uno de estos puntos.

En primer lugar tenemos la organización del grupo que puede ser entendida como una aplicación del “garfio invisible” que Peter Leeson encontraba como la organización, alejada de la ley del Estado, en los barcos piratas. Para Lesson este concepto respondía a la pregunta de ¿cómo es que los piratas lograban organizarse a pesar de alejarse de la ley? porque observaba que los intereses particulares de los piratas contribuían a la finalidad de beneficios generales. El “garfio invisible” partía de los siguientes tres principios: las personas, la mayoría de las veces, están más interesadas en beneficiarse ellas mismas que beneficiar a los demás; los individuos son racionales, lo que supone que tratan de lograr sus objetivos de la mejor manera en la que saben, o pueden, hacerlo; por último, las personas responden a incentivos que les resultan menos costosos y que dan mejores beneficios y eso lo posibilita el trabajo cooperativo.<sup>224</sup>

En un barco pirata este principio de colaboración partía de un interés individual, pero tenía como consecuencia el beneficio de la colectividad. El trabajo cooperativo era necesario porque la finalidad de todos los piratas era la obtención de bienes y para esto era necesario saquear las costas o capturar barcos mercantiles y haciéndolo entre todos resultaba más fácil. Cada uno cumplía sus labores de la mejor manera porque así obtendrían ganancias. En Internet, y particularmente en *Holk Gold*, esta premisa se mantiene vigente porque independientemente de los intereses particulares de los miembros, los beneficios que se pueden encontrar superan al individuo y se adecuan a la colectividad. En los cuadros diez y once es posible ver que los intereses y objetivos de los miembros del grupo son

---

<sup>224</sup> Leeson, *The Invisible Hook. The Hidden Economics...*, op. cit., p.5.

variados y, en la mayoría de los casos, prima la obtención de beneficios personales: puede ser que busquen aprender o conseguir una cuenta o un *bin* para generar una tarjeta, pero en primera instancia apelan a un interés personal (ver cuadros 10 y 11, p. 131).

Sin importar que los miembros del grupo estén pensando en beneficios personales, las dinámicas del grupo facilitan la obtención de beneficios colectivos, por ejemplo: si su objetivo es aprender a crear cuentas, esto será posible gracias al flujo de información en el grupo. El aprendizaje no sólo es un subproducto de las actividades del grupo, también puede entenderse como una manera en la que, de manera cooperativa, los miembros logran hacerse de beneficios particulares. Por otro lado cuando los miembros del grupo comparten un *bin*, como se muestra en los cuadros dos y tres, contribuyen a un trabajo cooperativo para la generación de más cuentas o compras que pueden ser regaladas posteriormente. Como en los barcos piratas, la organización es posible porque es necesaria para un mayor goce de beneficios (ver cuadros 2 y 3, p. 128).

Esto no sólo aplica para este grupo particular, es posible asegurar que gran parte del uso de Internet centrado en el intercambio de información y bienes inmateriales funciona bajo este principio: cada vez que alguien sube contenido en la red, contribuye a la diversificación y aprovechamiento de los bienes inmateriales. Existen casos en donde este tipo de interés particular ayuda a la colectividad, un ejemplo puntual es Scribd. Scribd es una página que permite compartir documentos como artículos académicos, libros o audiolibros, a pesar de que funciona bajo un modelo *freemium* tiene la característica de posibilitar al usuario adquirir el material solicitado bajo un intercambio de archivos: si no se tiene una cuenta de paga, puedes subir un archivo a cambio que quedará en el catálogo

del sitio. En este sentido, el interés personal de descargar un libro posibilita que toda persona que acceda al sitio pueda contar con el archivo que se agregó al catálogo.

El concepto del “garfío invisible” es sólo una parte de la organización pirata que Leeson expone en su libro, lo que complementa a esto es la “governancia”. Este concepto supone ciertos mecanismos que posibilitan la creación del orden social en las comunidades o barcos piratas, una organización que se aleja del gobierno del Estado que funda su orden en el monopolio de la violencia. El supuesto caos de los barcos piratas era regulado por reglamentos internos que generaban un orden social para conseguir sus propósitos. Un ejemplo de esta organización, como mencioné en el capítulo cuarto, es el código pirata del capitán Bartholomew Roberts que Daniel Defoe recopila en su obra. En este código se exponen tanto derechos como obligaciones que se deben seguir para que cada atraco sea provechoso y certero.

Adecuando el concepto de “governancia” a la Red, es posible considerar que la organización que se gesta en Internet surge de los mismos usuarios y de sus mecanismos para generar un cierto orden social. Por ejemplo, en *Holk Gold* existe un “código pirata” que ayuda a que las actividades dentro del grupo se desarrollen de manera adecuada. En el cuadro ocho se muestra un reglamento interno que lista las prohibiciones dentro del grupo (ver cuadro 8, p. 130). Las consecuencias de incumplir este reglamento se dividen en lo que definen como “Ban permanente” y “Expulsión temporal”. “Ban” o “banear” es una adecuación de la palabra *ban* que en inglés significa “prohibir”, “expulsar” o “inhabilitar”, por lo tanto los castigos son la expulsión temporal o permanente del grupo.

Algunos puntos principales de las reglas internas de *Holk Gold*, en el caso de la expulsión permanente y que se pueden observar en el cuadro ocho, son las siguientes: pedir cuentas o métodos (lo que definen como mendigar) está prohibido porque esto supone no participar activamente en las dinámicas del grupo ni revisar las publicaciones del muro de Facebook; no se puede vender nada dentro del grupo, tampoco se pueden añadir acotadores con publicidad o virus, esto es así porque los intercambios no deben generar una ganancia económica directa (compra-venta) o indirecta (por medio de acotadores con publicidad) ni dañar de algún modo a los demás miembros (virus); acumular cuentas no está permitido, esto sólo aplica con las cuentas porque su acumulación supone que habrá miembros que no obtengan las ganancias que se generan en el grupo.<sup>225</sup> En el caso de la expulsión temporal se exponen cuatro lineamientos:

1. Serás expulsado si incumples cuentas, métodos u otro aporte a los miembros, el cual habías prometido.
2. Serás expulsado si ofreces intercambios, no queremos quejas sobre estafas por eso.
3. Serás expulsado si obligas a miembros a publicar capturas con agradecimientos.
4. Si no participas en dinámicas o aportas en algo, serás expulsado por inactividad.<sup>226</sup>

Como se puede observar, estas reglas tienen como objetivo, tanto evitar conflictos internos como fomentar la actividad en el grupo. En algunos puntos de esta reglamentación existen paralelismos con un verdadero código pirata como el del capitán Bartholomew

---

<sup>225</sup> Aquí es importante aclarar que la acumulación de cuentas de diversos servicios difiere de la acumulación de bienes inmateriales como libros, música o películas porque la posesión por parte de un usuario no supone la merma de su uso por cualquier otro gracias a la recursividad en el proceso de reproducción. Las cuentas, por otra parte, sólo benefician a una cantidad determinada de usuarios gracias a las cláusulas de uso de las empresas. Netflix, por ejemplo, sólo permite el uso simultáneo de hasta 4 dispositivos por cuenta.

<sup>226</sup> Ver, Anexo 1, cuadro 8.



Roberts, por ejemplo se tratan de prevenir conflictos entre los miembros y evitar estafas y ese era un elemento sustancial en un barco pirata: al menos en el barco se debían evitar las riñas, los conflictos se resolverían en tierra. Por otra parte las dinámicas de *Holk Gold* y los juegos para obtener cuentas o *bins* deben estar alejados de dinero (aún si este viene de acotadores de publicidad), esto en un barco pirata era fundamental. Los juegos de cartas y dados en el barco pirata debían de hacerse sin apuestas monetarias porque de esta manera serían menos probables las peleas. Por último, y tal vez más importante, la “gobernancia” interna y la creación de reglamentos ayuda a entender la organización (en ambos casos) sin la necesidad de la intervención de agentes externos, la aparente anarquía, de Internet y en alta mar, es suplida por cooperatividad.

En el capítulo cuarto había indicado el paralelismo existente entre las piraterías *online* y las *offline* si las entendemos como una manera en la cual los individuos o usuarios de la Red intentan sortear, desviar o evadir las “maneras correctas” de acceder a los productos que el mercado ofrece. Tácticas y “maneras de hacer” que pretenden modificar las exigencias del mercado que ofrece un sinfín de mercancías y genera un deseo de obtención de estas mismas sin dotar a los individuos de los medios para corresponder a estas exigencias. Táctica entendida, según Michel De Certeau, como “la acción calculada que determina la ausencia de un lugar propio”<sup>227</sup>, en un juego y conflicto entre el débil y el fuerte: en el caso de Internet, entre los usuarios y las empresas y consorcios que dominan o pretenden dominar el mercado de los bienes culturales en Internet. La piratería en la Red sería un elemento que muestra las resistencias de los usuarios y las “maneras de hacer” que posibilitan prácticas que se enfrentan al control de los bienes inmateriales.

---

<sup>227</sup> De Certeau, *op. cit.*, p. 45.

Como indiqué anteriormente, la industria de los bienes tiende a transformarse y, con la digitalización, ha mostrado un giro a la administración ya no de bienes, sino de servicios culturales. Los servicios de *streaming* en audio y video se han generalizado, en el caso de la música empresas como Spotify, Rhapsody, Pandora, Rrío, Deezer o Apple han llevado el mercado de los bienes culturales a un servicio y acceso a éstos. En video ha sucedido lo mismo: Amazon Prime Video, Youtube Red o HBO Go, por mencionar algunos han visto el futuro del negocio de los servicios culturales y se han sumado a Netflix. Si esta es una tendencia que se concreta poco a poco, entonces las transformaciones en la piratería acompañaran, como lo han hecho anteriormente, a los cambios tecnológicos.

Las resistencias y tácticas de la piratería han de adecuarse a estas transformaciones sin dejar a un lado a los bienes culturales inmateriales. *Holk Gold* es un buen ejemplo para notar esta transformación y resistencia. La creación de cuentas de estos sitios a partir de tarjetas de crédito falsas (pero funcionales) puede ser entendida como una adecuación de la actividad pirática en Internet ante los cambios en los mercados culturales, estamos ante una piratería que no se enfoca en la acumulación de objetos culturales (en este caso inmateriales) sino en el desvío de las exigencias de estos sitios para el acceso a la cultura. Tal vez los miembros de este grupo no tengan como propósito enfrentarse a quienes pretenden administrar los bienes culturales y cobrar suscripciones para su acceso, pero como en el caso de la cultura de lo gratuito mencionado anteriormente, existe un entendimiento intuitivo de que estos bienes en Internet deben ser usados por todos sin que una empresa o consorcio pretenda monopolizar y condicionar el goce de estos bienes o servicios.

Los sistemas *peer to peer* como Napster o Ares, los sitios y nubes informáticas como Megaupload y su sucesor Mega de Kim Dotcom, aunados al uso de herramientas y plataformas como Facebook, habían y han contribuido, directa o indirectamente, con un tipo de piratería que se centraba en los bienes culturales inmateriales. Cuando fue necesario, gobiernos y empresas intentaron frenar estas actividades para, so pretexto de una protección de los derechos de autor y propiedad intelectual, mantener y legitimar una sola vía de acceso a estos bienes: la compra-venta. Con las transformaciones tecnológicas que se han llevado en los últimos años y que han generado la proliferación de empresas de *streaming*, también ha surgido esta nueva piratería que busca evadir el mercado en miras de un disfrute de los, ahora, servicios culturales.

## CONCLUSIONES.

Como planteé al inicio de esta investigación, el objetivo era analizar las transformaciones que se presentan en las prácticas del regalo, el aprendizaje y el robo-piratería cuando éstas dejan de realizarse en el espacio físico del día a día y pasan a formar parte de lo intangible del mundo de Internet. He analizado cada una de estas prácticas partiendo de diferentes enfoques teóricos y haciendo uso de diversas disciplinas que van desde la Antropología y la Historia hasta la Filosofía con el propósito de encontrar herramientas conceptuales que permitan un acercamiento y entendimiento crítico de lo que pasa en Internet enfocándome en *Holk Gold* como ejemplo. No obstante, no he considerado sólo a este grupo, sino que he abierto el análisis a otros lugares, plataformas o sitios en Internet con la finalidad de tener un mejor entendimiento de los procesos y cambios que se presentan en el mundo *online*.

¿Cómo podemos entender las transformaciones en las prácticas antes mencionadas y qué consecuencias surgen de estos cambios? Para empezar, en función del aprendizaje y los diversos conocimientos que se adquieren en Internet, es necesario decir que esta investigación ha demostrado que son necesarios nuevos acercamientos teóricos para entender las maneras en las que los usuarios pueden crear y adquirir conocimientos. Sin sostener una posición tecnófila en torno a Internet como herramienta educativa que transforma la conciencia colectiva, pero tampoco suponiendo que este medio es un potente sedante para las mentes humanas, considero que los procesos de enseñanza-aprendizaje pueden surgir en Internet de maneras espontáneas y no limitarse a un orden jerárquico o difusionista en donde sean necesarios programas de estudio o evaluaciones para constatar que los alumnos están aprendiendo.

Este tipo de educación informal es posible gracias a las constantes transformaciones y actualizaciones en las diversas plataformas y sitios en Internet que a pesar de que no busquen generar espacios de aprendizaje, generan herramientas que posibilitan que esto suceda. *Holk Gold* es un ejemplo de estas posibilidades y para entender cómo pensar este grupo como un espacio de aprendizaje, fue necesario formular una categoría que ayude a analizar cómo la eficacia de las conexiones en red creadas en la plataforma de Facebook permite generar espacios de enseñanza-aprendizaje más o menos autónomos cuya aparición no es, al principio, un objetivo del grupo sino una consecuencia de lo que en éste se hace.

Las “comunidades virtuales de aprendizaje informal” como categoría de análisis permite observar que cuando un grupo de usuarios se encuentran en espacios tecnológicos que posibilitan conexiones óptimas para la transmisión de información, es posible que se generen procesos de aprendizaje aún sin que estos espacios sean pensados para este fin o que los intereses de los usuarios no esté orientados a estos fines. Tomando como ejemplo de lo anterior a *Holk Gold* es posible observar que si bien Facebook en algún momento fue creado con el objetivo de agilizar y optimizar la transferencia de información entre estudiantes de Harvard, los usos actuales de la plataforma son muy diversos. A pesar de que entre uno de estos tantos usos se encuentre, como es el caso de *Holk Gold*, el fraude o la piratería, esto no imposibilita que una de las consecuencias de la óptima conexión entre los usuarios sea generar espacios de aprendizaje aún si los usuarios no tienen como finalidad aprender.

A lo largo de la investigación, y como lo mencioné en el primer capítulo, el grupo fue dado de baja en varias ocasiones (como se dice en el argot de Internet: “lo tiraban”). Cada que regresaba o se creaba otro grupo, mantenía el mismo nombre o sufría pequeñas

alteraciones para intentar pasar desapercibido, los archivos que estaban en el grupo se “perdían”. Pero a pesar de esta aparente pérdida, siempre surgía alguien que volvía a subir los manuales y siempre se volvían a compartir videos o textos enseñando a los demás cómo crear cuentas o crear tarjetas falsas. La pérdida es aparente porque difícilmente podemos decir que algo que alguna vez estuvo en Internet puede, realmente, desaparecer, pero principalmente porque nunca se es visto como pérdida. Si el grupo tuviera como fin el conocimiento, alguien podría lamentarse porque ya no están los manuales (aunque esto sea momentáneo), pero, dado que este no es el objetivo, no importa.

El grupo que describo y utilizo para demostrar lo anterior no es un caso aislado, como tal es un ejemplo en el cual puedo mostrar la manera en la que estas comunidades virtuales de aprendizaje informal pueden surgir en diversas plataformas y sitios en Internet. Diversos foros, sitios y plataformas han creado, sin ser este su objetivo primordial, espacios de enseñanza-aprendizaje alternos a los convencionales *offline* o inclusive alternos a los *online*.

Sobre el regalo en Internet demostré que, tal como sucede en la enseñanza-aprendizaje, es necesario cuestionar algunos de los principios clásicos que analizaban esta práctica para poder entender de qué manera se muestran en Internet. Las reflexiones de Marcel Mauss o Claude Lévi-Strauss sobre el regalo ayudan a esclarecer estas prácticas no sólo en comunidades específicas de los siglos XVIII o XIX, sino que muestran cómo los principios de reciprocidad y obligación en torno al regalo han permeado a gran parte de las sociedades modernas y contemporáneas, pero si intentamos llevar este análisis a Internet nos encontramos con una serie de problemas que niegan una total similitud entre los

sistemas de intercambio de tipo ritual, la práctica de regalar objetos físicos de manera convencional y el intercambio que se realiza en Internet.

En la práctica del regalo en Internet encontramos elementos que sugieren un análisis distinto, siendo uno de los principales la inmaterialidad de los bienes que se intercambian. Este elemento es sustancial para entender que componentes íntimamente relacionados al regalo desaparecen como es el caso de la reciprocidad y la obligación. Lo inmaterial de los bienes elimina también el sacrificio y la pérdida del donante y con esto se posibilita la eliminación de la obligación y la reciprocidad. En los sistemas de regalo material el elemento del sacrificio era una característica primordial pues quien regalaba un objeto, en el instante mismo, dejaba de poseerlo en todo sentido haciendo que el donatario reconociera el compromiso y obligación al corroborar este sacrificio. No sólo era la disputa del posicionamiento social la que hacía que en los sistemas de dones se establecieran compromisos: considero que el sacrificio y la pérdida eran elementos constitutivos de toda esta práctica. Con Internet y lo inmaterial de los bienes el sacrificio y el reconocimiento de éste desaparecen pues cuando se intercambian bienes inmateriales los partícipes de la transacción pueden seguir gozando de los bienes gracias a la recursividad de los procesos de reproducción en Internet.

La manera en la que se presenta la práctica del regalo en Internet puede parecer una forma de intercambio que no genera nuevos lazos afectivos o una modificación en el estatus social de los participantes. En algún sentido esto es así, pero es necesario considerar que este no es un factor negativo sino que muestra que en Internet es posible una circulación y tránsito de información que no depende los mismos principios que en el mundo *offline*. Los usuarios al hacer uso de la tecnología se pueden olvidar de crear o fortalecer relaciones

sociales, pero al mismo tiempo, tal como lo muestra la práctica del regalo, agilizan la transferencia de información y conocimientos.

¿Qué consecuencias puede tener esto en la manera en la que entendemos el regalo? Con esta nueva circulación y tránsito de bienes inmateriales, se elimina el factor moral que podría sugerirse en la práctica del regalo. Ni se generan nuevos lazos sociales, ni, necesariamente se puede considerar como una donación altruista; en la donación está implícito un carácter moral: doy sin recibir nada a cambio porque soy una buena persona. En el regalo en Internet se hace uso de las disposiciones tecnológicas sin que esta acción esté supeditada, necesariamente, a un acto moral.

Por último la piratería en Internet ha sido estudiada de manera más frecuente que el caso de la práctica del regalo; no obstante, el enfoque que usé en esta investigación ha servido para ver en esta práctica semejanzas y diferencias entre los tipos de piratería que se han presentado en la historia. Entender los tipos de organizaciones que escapan del orden legal permitió ver que existen resistencias implícitas en el hacer de los usuarios de Internet, resistencias que hacen uso de las tecnologías digitales para evadir las maneras estipuladas de compra-venta de los bienes inmateriales. Con base en ideas de Michel De Certeau mostré que las “maneras de hacer” de quienes usan diversos sitios y plataformas se pueden entender como apropiaciones de los medios, específicamente de Internet.

Estas “maneras de hacer” también están presentes cuando se hacen comparaciones en la organización de los barcos piratas y los grupos que se dedican a nuevas piratería en Internet. Organizarse para un mejor aprovechamiento y distribución de los bienes



inmateriales, aún si es de manera ilegal, es una resistencia a imposiciones y prerrogativas que limitan o intentan limitar la libertad en Internet.

El análisis de la piratería en Internet también ha servido para mostrar las constantes transformaciones de esta práctica. Hoy es posible hablar de un tipo de piratería que se ha adecuado a la tendencia en Internet de transformar los bienes culturales en servicios culturales *online*. Esta piratería resiste de la misma manera que las anteriores, se posiciona como una alternativa que por medio de tácticas y usos se enfrenta al control de los bienes que ahora son servicios controlados por empresas como Spotify o Netflix.

El caso de *Holk Gold* muestra que el uso de *bins* o del *carding* no es un hecho fortuito sino que corresponde a un intento de apropiarse de las diversas tecnologías para acceder a un mejor goce de estos mismos servicios. Es importante aclarar que los miembros de este grupo, como muchos usuarios de Internet, no son necesariamente consientes del acto de resistencia en el que participan, incluso no hay necesariamente un posicionamiento político ante el control de las empresas, conglomerados o gobiernos que limitan la libertad en Internet, pero es posible interpretar en sus actos un ejercicio político de exigencia a un mejor reparto y democratización de los bienes que circulan en Internet. Son, como somos la mayoría de los usuarios de Internet, parte de las consecuencias de un reparto inequitativo de los recursos y bienes que se generan en el sistema de producción capitalista. Esta inequidad tiene consecuencias y una de estas es el intento de apropiación de las tecnologías para ir minando esta misma desigualdad.

He intentado ser crítico en mi acercamiento y discutir conceptos y prácticas desde diversas trincheras de las humanidades y las ciencias sociales. Internet permite que diversas

disciplinas se engarcan para generar un mejor entendimiento de lo que ahí sucede y creo que el camino multidisciplinar puede llevar a buen puerto. En mi caso he tomado un grupo que me permitía amalgamar el aprendizaje, el robo-piratería y el regalo en Internet, pero cada una de estas prácticas y enfoques de aproximación al objeto de estudio posibilitan investigaciones que se centren en cada una de ellas por separado. Los conceptos que he discutido y las categorías que me han permitido acercarme a estas prácticas crean caminos o brechas para continuar, abren nuevos problemas y nuevas perspectivas.

## ANEXOS.

### Anexo 1: Cuadros e imágenes extraídas de Facebook.

Cuadro 1: ¿Cuál es la configuración de privacidad de los grupos?, consultado en 30 de abril de 2018 en: <[https://www.facebook.com/help/220336891328465?helpref=about\\_content](https://www.facebook.com/help/220336891328465?helpref=about_content)>.

	Publico	Cerrado	Secreto
¿Quién puede unirse?	Todo el mundo puede unirse, y cualquier miembro puede <u>agregar o invitar</u> a alguien.	Todo el mundo puede solicitar unirse, y cualquier miembro puede agregar o invitar a alguien.	Cualquiera, pero tiene que agregarlo o invitarlo un miembro
¿Quién puede ver el nombre del grupo?	Cualquiera	Cualquiera	Miembros actuales y anteriores
¿Quién puede ver a los miembros del grupo?	Cualquiera	Cualquiera	Solo los miembros actuales
¿Quién puede ver la descripción del grupo?	Cualquiera	Cualquiera	Miembros actuales y anteriores
¿Quién puede ver las etiquetas del grupo?	Cualquiera	Cualquiera	Miembros actuales y anteriores
¿Quién puede ver las publicaciones de los miembros en el grupo?	Cualquiera	Solo los miembros actuales	Solo los miembros actuales
¿Quién puede encontrar el grupo con una búsqueda?	Cualquiera	Cualquiera	Miembros actuales y anteriores
¿Quién puede ver historias sobre el grupo en Facebook (por ejemplo, en la sección de noticias y en las búsquedas)?	Cualquiera	Solo los miembros actuales	Solo los miembros actuales

#### Cuadro 2.

Captura de pantalla obtenida el 14/11/16 de:

<<https://www.facebook.com/groups/HolkGold>>



#### Cuadro 3.

Captura de pantalla obtenida el 23/10/16 de:

<<https://www.facebook.com/groups/HolkGold>>



*Cuadro 4.*

Captura de pantalla obtenida el 06/10/16 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

**Charlie Mlon** ▶ Legión Holk Gold  
6 oct. a las 2:13pm · 🌐

Hola, chavos.  
Verán, el grupo cuenta con un link (MEGA) el cual cuenta con aportes de Holkeanos. Leonel tuvo la idea de hacerlo, y bueno, me ofrecí a mantenerlo actualizado. El link lo pueden encontrar en el post marcado. Hay dos links, es el segundo.

Cualquier aporte que quieran dar a los miembros, aporte que sea de larga duración, es decir, métodos, tutoriales (video/texto) que no incluyan bin, guías de carding, informática, o cualquier cosa que se relacione con la temática del grupo, pueden enviármelos al imbox si gustan, para yo anexarlo a la carpeta, y una vez hecho eso yo me doy la tarea de avisar sobre la actualización del link en donde les de los créditos.

Cabe decir que el esfuerzo de ustedes no es en vano, y los tomamos en cuenta.

También si quieren y les urge aportar un bin, cuentas, etc. al grupo y éste se encuentra cerrado pueden pasármelos a mí para subirlos y darles créditos o a cualquier otro admin, o bien, esperarse a que abran.

Buena tarde estén pasando. ❤️

📷 Escribe un comentario...

*Cuadro 5.*

Captura de pantalla obtenida el 3/10/16 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

[Redacted profile]

Va dezzer de un mes :v hora de llorar...  
Cierro en 2

**CONFIRMACIÓN**

Oferta

- Deezer Premium+

Cuenta

- Iniciar sesión: 1248089086
- Dirección de email: [Redacted]@mail.com
- Nombre de usuario: 12345678

*Cuadro 6.*

Captura de pantalla obtenida el 01/11/16 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

[Redacted profile]

Netflix al que adivine qué estoy escuchando xdx. Es una canción de Cerati.

👍 3      16 comentarios

Me gusta      Comentar

[Redacted profile]

bueno esta vez les traigo Netsparker , el analizador mas potente de aplicaciones web actualmente , este analizador puede detectar hasta la mas minima vulnerabilidad , originalmente este programa es de paga pero lo traigo con crack 7w7r

Netsparker :  
[https://mega.nz/#!zIBWTbRZ!  
j1p6ym2yYY5rflISCwSmX2soP7qeSOEMa1V\\_f3i9H0w](https://mega.nz/#!zIBWTbRZ!j1p6ym2yYY5rflISCwSmX2soP7qeSOEMa1V_f3i9H0w)

en español:  
este programa de... Seguir leyendo

**MEGA**

*Cuadro 7.*

Captura de pantalla obtenida el 30/10/16 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

[Redacted profile]

Otra cuenta!  
Cuenta Crunchyroll + 12 meses al Mejor Vidio Random :v  
Si le doy like, ya ganaste!  
y recuerden, si no hay imbox, no hay cuenta :v

👍❤️ 10      28 comentarios

Me gusta

**Cuadro 8.**

Reglamento interno. Captura de pantalla obtenida el 14/11/16 de:  
<<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2>>.



**Holk Gold**  
Grupo cerrado

Reglas de Legión Holk Gold (Grupo de Bins & Carding):

**\*\*\*IMPORTANTE\*\***

> Importante seguir la página oficial y marcar en "VER PRIMERO" y "ACTIVAR NOTIFICACIONES", si el grupo llega a ser eliminado publicaremos el nuevo ahí.

\*Página: [fb.com/HolkSupport2](https://fb.com/HolkSupport2)

**A. MOTIVOS DE BAN PERMANENTE:**

1. Serás baneado si publicas en el muro mendigando cuentas o métodos, todo esto se gana participando, revisando el muro y recolectando los aportes.
2. Provenir o publicar en grupos ajenos a Legión Holk es motivo de permaban. Debes de comprobar tu fidelidad al grupo al momento de ganar algo.
3. Crear Grupos de WhatsApp o cualquier otra red social con miembros de nuestro grupo es motivo de ban.
4. Las ventas y acortadores con publicidad/virus, están prohibidos.
5. Acumular cuentas donadas por los miembros es motivo de ban.
6. Realizar publicaciones que no vayan de acuerdo al tema de Bins, Carding o Hacking.
7. Estar en contra de las reglas establecidas para mejorar el entorno del grupo; no puedes formar parte del grupo si no cumplirás lo establecido.
8. Al participar en las dinámicas ofrecidas por los miembros, es obligatorio tener apodo relacionado con Holk, de otra manera, no te será entregada la cuenta y en caso de reportar sin llevarlo, se te aplicará una sanción.

**B. MOTIVOS DE EXPULSIÓN TEMPORAL:**

1. Serás expulsado si incumples cuentas, métodos u otro aporte a los miembros, el cual habías prometido.
2. Serás expulsado si ofreces intercambios, no queremos quejas sobre estafas por eso.
3. Serás expulsado si obligas a miembros a publicar capturas con agradecimientos.
4. Si no participas en dinámicas o aportas en algo, serás expulsado por INACTIVIDAD.

**C. RECOMENDACIONES:**

1. Existen muchas guías de parte de administradores, moderadores y miembros de manera gratuita para los mismos miembros del grupo.
2. En caso de caída del grupo el nuevo será publicado en la página [fb.me/HolkSupport2](https://fb.me/HolkSupport2)

3. Si incumples las normas de la Sección "B"

reiteradamente, serás baneado permanentemente.

4. GUÍA COMPLETA SOBRE BINS & CARDING | LH:

- <http://www.mediafire.com/file/lzltkq8lm990pqa/Gu%C3%ADa+oficial..docx>

5. GUÍAS/MÉTODOS APORTES DE MIEMBROS | LH:

- <https://mega.nz/#F!zJEkUShA!h37zEqbQNMnFRSdGeeYo0w>

**\*\*\* ¡ÚNETE A LAS EXTENSIONES OFICIALES DE LEGIÓN HOLK! \*\*\***

► Legión Holk Negro (Terror, Ocultismos, Creepys):  
[facebook.com/groups/HolkNegro](https://facebook.com/groups/HolkNegro)

► Legión Holk Entertainment (Juegos, Música, Cómics, Anime y Películas):  
[facebook.com/groups/HolkEntertainment](https://facebook.com/groups/HolkEntertainment)

PAGINA:

[facebook.com/HolkSupport2](https://facebook.com/HolkSupport2)

TWITTER:

[Twitter.com/Holk\\_Legion4](https://Twitter.com/Holk_Legion4)

*Cuadro 9.*

Captura de pantalla obtenida el 09/09/2016 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

**Charlie Mlon** ▸ Bins & Carding LH  
9 sept. a las 11:41pm · 📍

Buenas noches, chavos.  
Dos preguntas: ¿cuál fue el propósito por el cual entraron aquí? Y, ¿qué opiniones tienen sobre el grupo?

Ya sea; aprender a crear cuentas, enseñar a crear, ser fantasma y mendigar, complementar sus conocimientos, etc.  
Sus opiniones y/o respuestas me servirán mucho para el contenido que aportaré al nuevo grupo.  
Espero pongan de su parte. 😊

159 Me gusta · 95 comentarios

Me gusta Comentar

*Cuadro 10.*

Captura de pantalla obtenida el 09/09/2016 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

159

**[Redacted]**  
Regalar cuentas y conseguir algunos bins  
Ayer a las 11:50 PM · Me gusta · 1 · Responder

**Charlie Mlon** Haz logrado ese "objetivo"?

**Alexis Rico Ramirez** EH regalado mas d...

**Charlie Mlon** Genial, algunas veces es di...

**[Redacted]**  
Compartir bins ! Xdx dx  
Ayer a las 11:50 PM · Me gusta · Responder

**[Redacted]**  
Pagaba como un pndjo mi netflix para una cartelera mediocre y que nunca se actualizaba. Ademas en el grupo había mas gente que quería cuentas al igual que yo, y como holk era el lazo. Pa lante que le.dimos  
Ayer a las 11:50 PM · Me gusta · 1 · Responder

*Cuadro 11.*

Captura de pantalla obtenida el 09/09/2016 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

159

**[Redacted]**  
Aprender v:  
Hace 9 horas · Me gusta · 1 · Responder

**Charlie Mlon** Haz logrado ese "objetivo"?

**[Redacted]** Si, me unieron a un team y y...

**[Redacted]**  
Al principio sólo quería participar en sorteos, luego me enseñaron sobre bins etc etc, y pues ahora sólo quiero aprender más cosas .  
Hace 9 horas · Me gusta · 1 · Responder

**[Redacted]**  
Aprender y a enseñar :v  
Hace 9 horas · Me gusta · 1 · Responder

**Charlie Mlon** Haz logrado ese "objetivo"?

**[Redacted]** Sólo aprendí a usar bin...

*Cuadro 12.*

Captura de pantalla obtenida el 13/04/2018 de:  
<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>

**[Redacted]** ▸ Holk Gold ...  
13 abr a las 19:34 · 📍

**ATENCIÓN:**  
El team "Pizzita" está en busca de personas que tengan tiempo para aprender a hacer lo más básico de carding.  
En el cual aprenderán:

- Uso de bins. (Cuentas y compras físicas)
- Uso de Sentry (Cuentas autopagables)
- Uso de crackers
- Introducción al carding.
- Uso de checkers
- Sacar libros, películas, juegos y álbumes musicales.
- Creación de cuentas Xbox Live gold Y PsPlus
- Sacar keys de steam.
- Inyección SQLi.

**Requisitos:**  
Ganas de aprender  
Tener computadora  
Tiempo  
Demostrar que eres holkeano.

**NO IMPORTA SI NO SABES Nada, AQUÍ APRENDERÁS.**

## Anexo 2: manual ¿Qué es el carding?

El contenido de esta tabla es extraído de un manual titulado *¿Qué es el carding? Parte 2*, de Charlie Mlon, administrador del grupo. Afirma recolectar información de miembros, pero aclara que el texto no es de su autoría. Manual descargado el 3 de noviembre del 2016 de *mega.nz* bajo el link <<https://mega.nz/#F!zJEkUShA!h37zEqbQNMnFRSdGeeYo0w>> obtenido directamente del grupo: <<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>>.

<b>Elementos del <i>carding</i> utilizados en <i>Holk Gold</i>.</b>	
<i>Phishing</i>	Obtención de información bancaria por medio de un aparente medio de información confiable, por ejemplo un correo electrónico.
Clonación de tarjetas.	Tomar una tarjeta y transcribir su información en una base de datos.
Robo de identidad.	Hacerse pasar por otra persona por medio de datos confidenciales de la misma.
Ingeniería social.	Obtener información por medio de la manipulación de usuarios legítimos.
Intrusión informática.	Inyección SQL: infiltración de código intruso que se aprovecha de la vulnerabilidad de una aplicación en el nivel de validación al realizar operaciones sobre una base de datos. RAT o <i>Remote Administration Tool</i> : virus troyano que sirve para espiar, atacar y obtener información del equipo infectado. <i>Exploit</i> (fragmento de un <i>software</i> o de comandos que sirve para vulnerar determinado sistema de información.
<i>Botnet</i> .	Red de ordenadores infectados que posibilita conectar varios ordenadores a un servidor que redirecciona estos ordenadores a un sitio clonado que obtiene información específica.
<i>Skimmers</i> .	Máquinas que copian la información de bandas magnéticas o chips de tarjetas instalados usualmente en cajeros automáticos.

### Anexo 3: manual sobre tarjetas de crédito.

El manual es redactado por Charlie Mlon. Fue descargado de la plataforma *mega.nz* bajo el siguiente link: <<https://mega.nz/#F!zJEkUShA!h37zEqbQNMnFRSdGeeYo0w>> obtenido directamente del grupo. <<https://www.facebook.com/groups/HolkGold2/>>.



#### ¿Qué es una cc (no confundir con tarjeta de debito)?

CC en inglés Credit Card, al español "Tarjeta de credito", es un instrumento material de identificación, que puede ser una tarjeta de plástico con una banda magnética, un microchip y un número en relieve.

Las tarjetas de credito se muestran de la sig. manera:  
frente; Número de tarjeta, nombre del titular y fecha de vencimiento.

Atrás; Espacio para la firma, CCV (Card Validation Value)

El formato del número de tarjeta NO ES UN NUMERO AL AZAR y se encuentra definido por el estándar de la "International Standards Organization" (Organización de Estándares Internacionales)

o ISO (por sus siglas en inglés) que garantiza que cada número de tarjeta de crédito sigue un formato predecible.

El primer dígito de cada número de tarjeta de crédito se denomina identificador principal de la industria. Las tarjetas que comienzan con 4 y 5, como Visa y Mastercard,

son emitidas generalmente por las industrias bancarias o financieras.

Las tarjetas que comienzan con un 3 están relacionadas con turismo y entretenimiento, como American Express y Diner's Club.

El número de la tarjeta consta de 16 dígitos y es único en el mundo.

Están separados en grupos de 4 para poder identificarlos mejor, es decir, no es porque cada grupo de 4 dígitos signifique una cosa, sino que es meramente práctico. Ejemplo:

1234 5678 1234 5678

--El significado de estos 16 números es el siguiente:

-Los cuatro primeros dígitos (1234) son el número de identificación de la entidad que proporciona la tarjeta, y es diferente según la entidad a la que corresponde.

-El siguiente dígito, (5) indica el tipo de tarjeta y la entidad financiera a la que corresponde (American Express, VISA, etc.).

-Los diez dígitos posteriores (6781234567) son el número de identificación del usuario al que pertenece la tarjeta, que lo identifican de forma única.

-El dígito final (8) es un dígito de control. Es un dígito de seguridad que utiliza el algoritmo Luhn.

-Este trabaja sobre la base de la suma de todos los números del anverso de la tarjeta mientras que duplica la mitad de ellos y luego añade un dígito adicional para que la suma final sea un número par múltiplo de 10.

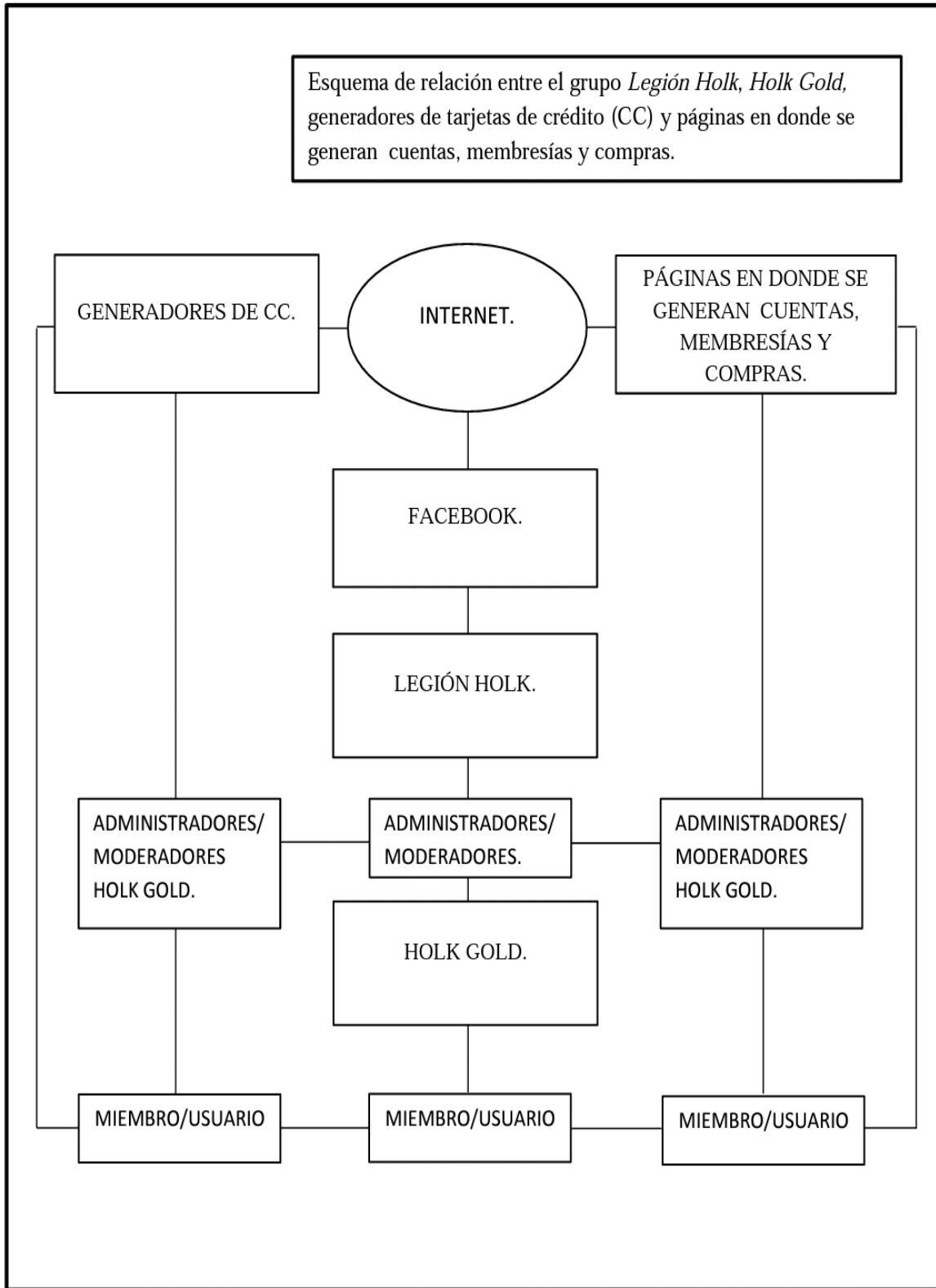
-Este dígito de seguridad hace que sea difícil crear un número de tarjeta aleatorio, dado que solo uno en 10 números será efectivamente un número válido.

HOLK GOLD (exclusive use) by: Charlie Mlon.

**\*\*Esto es una recopilación de distintas fuentes, así como texto de lo aprendido por cuenta propia.\*\***



Anexo 4: esquema.



### Anexo 5: Métodos para cuentas autopagables.

Anónimo. Fue descargado de la plataforma *mega.nz* bajo el siguiente link:  
<https://mega.nz/#F!zJkUSHA!h37zEqbQNMnFRSdGeeYo0w> obtenido directamente del grupo. <https://www.facebook.com/groups/HolkGold/>



Grupo FB: <https://www.facebook.com/groups/HolkGold/>

## DOS MANERAS DE TENER CUENTAS AUTOPAGABLES.

### 1.- Con Bin:

Primero que nada, el bin no puede ser cualquiera, por lo general las cuentas que se hacen de un mes o hasta 3, son pruebas gratis que da la página, ya después que el sistema de pago no detecta que tenga fondos la tarjeta cancela o no auto-renueva la membresía, cuando el bin con el que lo hicieron (la suscripción), es un bin sacado de una tarjeta business o diplomática.

Puede haber una probabilidad de que se haga auto-pagable la cuenta por que el sistema de pago detecta que 'clase' de tarjeta es, es decir; business, premier, gold, etc. y renueva automáticamente porque es de una 'clase' más alta dicha tarjeta.

### 2.- Con Sentry (programa):

Primero, ¿Que es sentry?, e preguntaras. Sentry es un programa de fuerza bruta que trabaja con Proxys, combo list (un txt con cientos de correos y posibles contraseñas), y su configuración.

**OJO:** para cada pagina, *ejemplo:* netflix, hay una configuración específica, es decir, éstas no son universales.

#### ¿Cómo trabaja dicho programa?

El programa lo que hace es; ir probando cada *email:password* (provenientes del archivo *.txt*) con la cantidad de bots que le designes al programa para trabajar, y es ahí cuando algunos de esos cientos de *emails/passwords* te arrojará una cuenta en estado funcional 100% legal (dueño legítimo)

Es así como se pueden conseguir cuentas autopagables.

**ESPERO LES HAYA SERVIDO.**

## BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.

- Abduca, R “La reciprocidad y el don no son la misma cosa” en *Cuadernos de Antropología Social* [en línea] 2007, (Sin mes): [Fecha de consulta: 11 de mayo de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180914245006>> ISSN 0327-3776.
- Abella Bermejo, R., *Los halcones del mar. La gran aventura de la piratería*, España, Ediciones Martínez Roca, 1998.
- Adell, J., *Wikis en educación*, [en línea], <[http://www.uch.edu.ar/Imagenes/contenidos/Adell\\_Wikis\\_MEC.pdf](http://www.uch.edu.ar/Imagenes/contenidos/Adell_Wikis_MEC.pdf)>., s/f, fecha de consulta: 28 de abril de 2018.
- Agarwal, A., “Workplace Announces New Integrations for Files, Bots, Compliance, and Live Video” en *Facebook for Developers* (18 de mayo de 2017) en <https://developers.facebook.com/blog/post/2017/04/18/Workplace-F8-Integrations-Bots-Live-API/> (fecha de consulta: 15/10/2017).
- AMIPCI, “11° estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2015”, *Amipci.Org.Mx*. Recuperado de [https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI\\_HABITOS\\_DEL\\_INTERNAUTA\\_MEXICANO\\_2015.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_2015.pdf).
- Anderson, C., *Gratis. El futuro de un precio radical*, España, Tendencias Editores, 2009, pp. 25-26.
- Appadurai, A., *El futuro como hecho cultural. Ensayos sobre la condición global*, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2015.

- Arrington, M., “Facebook Launches Facebook Platform; They are the Anti-MySpace”, en *TechCrunch*, [en línea], <<https://techcrunch.com/2007/05/24/facebook-launches-facebook-platform-they-are-the-anti-myspace/>>., fecha de publicación, 24 de mayo de 2007, fecha de consulta: 14 de diciembre de 2017.
- Asociación de Internet, “14º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018”. [en línea], [https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/14-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-usuarios-de-Internet-en-Mexico-2018/lang\\_es-es/?Itemid=](https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/14-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-usuarios-de-Internet-en-Mexico-2018/lang_es-es/?Itemid=), fecha de publicación , 17 de mayo de 2018, fecha de consulta: 04 de noviembre de 2018.
- Benjamin, W., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Editorial Itaca, 2003.
- Bolin, G., *Value and the Media. Cultural Production and Consumption in Digital Markets*, Routledge, New York, 2011.
- Bourdieu, P., *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge University Press, Cambridge, 1977.
- Bowling, T., *Piratas y Corsarios*, México, Grupo Editorial Tomo, 2010.
- Boyd, D. y Ellison, N., “Social Network Sites: Definition, History and Scholarship” *danah.org*. Recuperado de <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>
- Campos, F. “La investigación y gestión de las redes sociales digitales” en *Panóptico* nº 1, Universidad de la Laguna, 2014.
- Castañeda, L., González, V. y Serrano, J., “Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales” en *Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red*, Marfil, España, 2011.
- Castells, M., *Comunicación y Poder*, Alianza editorial, Madrid, 2009.

\_\_\_\_\_ *La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura. Vol. I: La sociedad red*, Alianza editorial, Madrid, 1997 2ª edición.

“¿Cómo Facebook Live promueve la piratería?”, en *Semana*, [en línea], <<http://www.semana.com/tecnologia/articulo/facebook-live-promueve-la-pirateria/479582>>, fecha de publicación, 27 de junio de 2016, fecha de consulta: 13 de enero de 2018.

Darnton, R., *El negocio de la Ilustración. Historia editorial de la Encyclopédie, 1775-1800*, México, Fondo de Cultura Económica, 2006.

De Azcárraga y de Bustamante, J., *El curso marítimo*, Madrid, Instituto Francisco de Vitoria, 1950.

De Certeau, M., *La invención de lo cotidiano. I artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana/ITESO, 2010, p. 40.

Debord, G., “La decadencia y caída de la economía espectacular-mercantil”, en *El planeta enfermo*, Anagrama, Barcelona, 2006

Defoe, D., *Historia general de los robos y asesinatos de los más famosos piratas*, s. l., Orhi, 2017.

Dorado, C., “El trabajo en red como fuente de aprendizaje: posibilidades y límites para la creación de conocimiento. Una visión crítica”, *EDUCAR* [en línea] 2006, vol. 37 (sin mes), España: [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=342130826002>> ISSN 0211-819X

Eisenstein, E., *La imprenta como agente de cambio. Comunicación y transformaciones culturales en la Europa moderna temprana*, México, Fondo de Cultura Económica, 2010.

Ellison, N., Steinfiel C., y Lampe C., “ Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices” *New Media Society* [en línea] 2011 (enero) [Fecha de consulta: 2 de diciembre 2016] Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/258173687\\_Connection\\_Strategies\\_Social\\_Capital\\_Implications\\_of\\_Facebook-Enabled\\_Communication\\_Practices](https://www.researchgate.net/publication/258173687_Connection_Strategies_Social_Capital_Implications_of_Facebook-Enabled_Communication_Practices).

Exquemelin, A., *Piratas de la América*, España, Renacimiento, 2013.

Facebook. Centro de Ayuda, “¿Cómo agrego un archivo a un grupo?”, en [https://www.facebook.com/help/397856870259152?helpref=faq\\_content](https://www.facebook.com/help/397856870259152?helpref=faq_content) (fecha de consulta: 16/10/2017).

Fernández, L., “Comunidades virtuales”, en A. Ambrosi, V. Peugeot y D. Pimienta (Eds.), *Palabras el juego: enfoques multiculturales sobre la sociedad de la información*. C&F Ediciones, País, 2005.

Forbes Staff, “Las 5 redes sociales favoritas de los mexicanos”, *Forbes México*. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/206383-2/#gs.nU9PBcQ>.

\_\_\_\_\_ “Spotify presume 50 millones de suscriptores de paga”, en *Forbes*, [en línea], <<https://www.forbes.com.mx/spotify-presume-50-millones-de-suscriptores-de-paga/>>, fecha de publicación, 07 de marzo de 2017, fecha de consulta: 30 de mayo de 2018.

Gabinete de Comunicación Estratégica, “¿Qué Tan Conectado Está México?”, *En2015.Gabinete.Mx*. Recuperado de <http://en2015.gabinete.mx/conectividad>.

- Gairín, J., “Las comunidades virtuales de aprendizaje” *EDUCAR*, [en línea] 2006 vol. 37 (sin mes), España: [fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016]. Disponible en: [www.raco.cat/index.php/Educar/article/download/58020/68088](http://www.raco.cat/index.php/Educar/article/download/58020/68088)
- García de León, Antonio, *Vientos bucaneros. Piratas, corsarios y filibusteros en el Golfo de México*, México, Ediciones Era, 2004.
- Gates, B., *An Open Letter to Hobbyists* (febrero 1976), [en línea], <<http://www.blinkenlights.com/classiccmp/gateswhine.html>>, s.f., fecha de consulta: 12 de enero de 2018.
- Giesler, M., “Consumer Gift Systems” en *Journal of Consumer Research* vol. 33, 2006 (septiembre) ISSN 0093-530.
- Godelier, M., *El enigma del don*, Paidós editorial, España, 1998.
- Gómez, R., “Piratería en Facebook: la red elimina varios grupos que compartían enlaces para descargar música” en *Marketing 4 Encommerce*, [en línea], <<https://marketing4ecommerce.net/pirateria-en-facebook-elimina-grupos/>>, fecha de publicación, 4 de noviembre de 2016, fecha de consulta: 13 de enero de 2018.
- González, R., “La internet como espacio de producción de capital social: Una reflexión en torno a la idea de comunidad informal de aprendizaje” *Revista Mexicana de Investigación Educativa* [en línea] 2009, vol. 14 (enero-marzo) México: [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14004009>> ISSN 1405-6666
- Graeber, C., “Megaupload is dead. Long live Mega!”, en *Wired*, [en línea], <<https://www.wired.com/2012/10/megaupload-mega/>>, fecha de publicación, 18 de octubre de 2012, fecha de consulta: 13 de enero de 2018.

Gregory, C., *Gifts and commodities*, Academic Press, London, 1982.

Henri E. y Pudelko B., “Understanding and analysing activity and learning in virtual communities, *Journal of Computer Assisted Learning*, [en línea] 2003, vol. 19 (noviembre) Canadá: [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016] Disponible en: <https://telearn.archives-ouvertes.fr/hal-00190267>.

Hicks, M., “New Groups: Stay Closer to Groups of People in Your Life”, en *Facebook Notes*, <<https://www.facebook.com/notes/facebook/new-groups-stay-closer-to-groups-of-people-in-your-life/434700832130>>., fecha de publicación, 06 de octubre de 2010, fecha de consulta: 15 de diciembre de 2017.

INEGI, *Estadísticas a propósito del día mundial del Internet (17 de mayo)*. Recuperado de [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016\\_0.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016_0.pdf).

INEGI, *En México 71.3 millones de usuarios de Internet y 17.4 millones de hogares con conexión a este servicio: ENDUTIH 2017*. Recuperado de [http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018\\_02.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf).

Internet World Stats, *Internet users in Latin America 2015*. Recuperado de <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>

Johns, A., *Piratería. Las luchas por la propiedad intelectual de Gutenberg a Gates*, España, Akal, 2009.

Kaplan, A. y Haenlein, M., “Users of the world, Unite! The challenges and opportunities of Social Media” *michaelhaenlein.eu*. Recuperado de



<http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>

Karaganis, J. (Ed.), *Piratería de medios en las economías emergentes*, U.S.A., SSRC/The American Assembly/APC, 2012.

Leeson, P, “The Invisible Hook: The Law and Economics of Pirate Tolerance” en New York University Journal of Law and Liberty, Vol. 4, no. 2, 2009.

\_\_\_\_\_ *The invisible hook. The hidden economics of pirates*, U.S.A, Princeton University Press, 2009.

Lethem, J., *Contra la originalidad*, Tumbona ediciones, México, 2007.

Lévi-Strauss, C., “Introducción a la obra de Marcel Mauss” en *Sociología y antropología*, Editorial Tecnos, Madrid, 1971.

\_\_\_\_\_ *Las estructuras elementales del parentesco*, Paidós, Barcelona, 1998.

Llorens, F. y Capdeferro, N., “Posibilidades de la plataforma de Facebook para el aprendizaje colaborativo en línea, en *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, Vol. 8, no. 2, julio-enero, 2011, p.34.

Lucena Salmoral, M., *Piratas, corsarios, bucaneros y filibusteros*, España, Síntesis, 2005.

Martel, F., *Smart. Internet (s): la investigación*, España, Taurus, 2014, p. 251.

Marx, K., *El capital tomo I volumen I. El proceso de producción del capital*, Siglo XXI, México, 2011.

Mauss, M., “Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas” en *Sociología y antropología*, Editorial Tecnos, Madrid, 1971.

Meirinhos, M. y Osório, A., “Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel central de la colaboración”, *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación* [en línea] 2009, (Julio-Sin mes) España: [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36812381004>> ISSN 1133-8482.

Microsoft Azure, “Usos de la informática en la nube” en <https://azure.microsoft.com/es-mx/overview/what-is-cloud-computing/> (fecha de consulta: 15/10/2017).

Moulier-Boutang, Y., “Riqueza, propiedad intelectual, libertad y renta en el capitalismo cognitivo” en E. Rodríguez, B. Baltza y A. García, *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Traficantes de sueños, España, 2004,

O'Reilly, T., "What Is Web 2.0 *Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* “, *Oreilly.Com*. Recuperado de <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Orozco, G., “De la enseñanza al aprendizaje: desordenamientos educativo-comunicativos en los tiempos, escenarios y procesos de conocimiento” *Nómadas* [en línea] 2004, (Octubre) Colombia: [Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105117678010>> ISSN 0121-7550

Padilla, M., *El kit de la lucha en Internet. Para viejos militantes y nuevas activistas*, Traficantes de sueños, España, 2012.

Phillip, K., “¿Qué es la autoría tecnológica? La piratería y la propiedad intelectual” en *Nómadas*, no. 28, Colombia, abril 2008.

Pickering, D., *Piratas*, Colombia, Panamericana, 2009.

Piscitelli, A., Adame. I. y Binder, I. (comp.), *El proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, Barcelona, Ariel, 2010.

“Platform is here””, en *Facebook Notes*, <<https://www.facebook.com/notes/facebook/platform-is-here/2437282130>>., fecha de publicación, 01 de junio de 2007, fecha de consulta: 14 de diciembre de 2017.

Platón, *República*, Gredos, Madrid, 2014.

Redacción, “Los bins”, *el fraude electrónico que se realiza en las redes sociales*. Cbtelevision.com.mx. Recuperado de <https://cbtelevision.com.mx/los-bins-el-fraude-electronico-que-se-realiza-en-las-redes-sociales/>

Requena, F., “El concepto de Red Social” en *REIS*, Universidad de Málaga. Recuperado de [http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_048\\_08.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf)

Rheingold, H., *Multitudes inteligentes. La próxima revolución.*, Gedisa editorial, España, 2004

Saiz Cidoncha, C., *Historia de la piratería en América española*, España, San Martin, 1985.

Scribano, A., “El don: entre las prácticas intersticiales y el solidarismo” en *Sociologías* [en línea] 2014, 16 (Mayo-Agosto) [Fecha de consulta: 11 de mayo de 2017] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86831640006>> ISSN 1517-4522.

Siles, I., “Internet, virtualidad y comunidad”, *Revista de Ciencias Sociales* [en línea] 2005, II (Sin mes) Costa Rica: [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15310805>> ISSN 0482-5276.

Smith, M y Kollock, P. (editores), *Comunidades en el ciberespacio*, Editorial UOC, Barcelona, 2003.

Vidal, M., “Cooperación sin mando: una introducción al software libre” en Carlos Gradin (Comp.), *Internet, hackers y software libre*, Argentina, Editora Fantasma, 2004.

Wired Staff Culture, “College Facebook Mugs Go Online”, en *Wired*, [en línea], <<https://www.wired.com/2004/06/college-facebook-mugs-go-online/>>., fecha de publicación, 06 de septiembre de 2004, fecha de consulta: 07 de noviembre de 2017.

Woodard, C., *La república de los piratas. La verdadera historia de los piratas del Caribe*, Barcelona, Crítica, 2007.

Wu Ming *et. al.*, *Contra el copyright*, México, Tumbona Ediciones, 2008.

Yago, J., *Recursos antifraude: bases de datos bin (Bank Identification Number)*, Securitybydefault.com. Recuperado de <http://www.securitybydefault.com/2013/02/recursos-antifraude-bases-de-datos-bin.html>.

---

<sup>i</sup> *Canción del pirata* [publicado por primera vez en la revista *El Artista* en 1835, apareciendo de nuevo en sus *Poesías* de 1840] de José de Espronceda (1810-1842),

---

Con diez cañones por banda,  
viento en popa a toda vela,  
no corta el mar, sino vuela  
un velero bergantín:  
bajel pirata que llaman,  
por su bravura, el *Temido*,  
en todo mar conocido  
del uno al otro confín.  
La luna en el mar riel,  
en la lona gime el viento,  
y alza en blando movimiento  
olas de plata y azul;  
y ve el capitán pirata,  
cantando alegre en la popa,  
Asia a un lado, al otro Europa,  
y allá a su frente Stambul.  
“Navega, velero mío,  
sin temor;  
que ni enemigo navío,  
ni tormenta, ni bonanza  
tu rumbo a torcer alcanza,  
ni a sujetar tu valor.

Veinte presas hemos hecho  
a despecho del inglés  
y han rendido sus pendones  
cien naciones a mis pies”.  
*Que es mi barco mi tesoro,  
que es mi dios la libertad,  
mi ley la fuerza y el viento,  
mi única patria la mar.*  
“Allá mueven feroz guerra  
ciegos reyes  
por un palmo más de tierra:  
que yo tengo aquí por mío  
cuanto abarca el mar bravío,  
a quien nadie impuso leyes.  
Y no hay playa, sea cualquiera,  
ni bandera de esplendor,  
que no sienta mi derecho,  
y dé pecho a mi valor”.  
*Que es mi barco mi tesoro,  
que es mi dios la libertad,  
mi ley la fuerza y el viento,  
mi única patria la mar.*  
“A la voz de ¡barco viene!  
Es de ver

---

cómo vira y se previene  
[498] a todo trapo a escapar;  
que yo soy el rey del mar,  
y mi furia es de temer.  
En las presas yo divido  
lo cogido por igual:  
solo quiero por riqueza  
la belleza sin rival”.

*Que es mi barco mi tesoro,  
que es mi dios la libertad,  
mi ley la fuerza y el viento,  
mi única patria la mar.*

“¡Sentenciado estoy a muerte!

Yo me río:

no me abandone la. suerte  
y al mismo que me condena,  
colgaré de alguna antena,  
quizá en su propio navío.  
Y si caigo, ¿qué es la vida?  
por perdida ya la di,  
cuando el yugo del esclavo  
como un bravo, sacudí”.

*Que es mi barco mi tesoro,  
que es mi dios la libertad,  
mi ley la fuerza y el viento,  
mi única patria la mar.*

“Son mi música mejor

Aquilones:

el estrépito y temblor  
de los cables sacudidos,  
del negro mar los bramidos  
y el rugir de mis cañones.  
Y del trueno al son violento  
y del viento al rebramar,  
yo me duermo sosegado,  
arrullado por el mar”.

*Que es mi barco mi tesoro,  
que es mi dios la libertad,  
mi ley la fuerza y el viento,  
mi única patria la mar.*

en Carlos González Peña, *Curso de literatura y El jardín de las letras*, Patria, México,  
1944, pp. 497-498

<https://www.youtube.com/watch?v=5k-QLyo9Hoc>

<https://www.youtube.com/watch?v=bd5ZDo3l4wA>