

Reflexiones en torno a las publicaciones de Bernard Miège: La Digitalización en curso de la Sociedad - Puntos de Referencia y Entrejuegos e Industrias Culturales y Creativas frente al Orden de la Información y la Comunicación.

Y a partir de las publicaciones comentadas por parte de Paul Bacharach¹ e Isabelle Lavail-Ravetllat² respectivamente sobre los dos últimos libros de Bernard Miège dedicados a las **Industrias culturales y creativas frente al orden de la información y la comunicación** y **La digitalización en curso de la sociedad-Puntos de referencia y EntreJuegos**, es posible poder reflexionar sobre **20 consideraciones** importantes a tener en cuenta para estudiar y analizar las *industrias creativas educativas*:

1. *Los avances en el estudio de las industrias culturales y su desarrollo es un tema planteado por el autor desde la década de los 80'. Utilizando un enfoque tanto histórico como socioeconómico, se pretende establecer una "génesis de formas" para explicar los cambios en estas industrias. Se refiere a los análisis de sus compañeros, que cita extensamente y la tesis principal es que las industrias culturales y creativas se desarrollan ahora frente a un "orden de información y comunicación". Inspirada en Foucault, esta noción corresponde a un paradigma reciente que nos lleva a estudiar las producciones culturales desde el punto de vista de su producción, su circulación y su consumo en la sociedad... Las industrias culturales conservan, sin embargo, la huella de su notable historia "no sin conflictos y largas gestaciones, partiendo de formas artesanales [...] y en correspondencia con los valores sociales y culturales adscritos a la cultura y la información". Así, parece lógico que la reflexión se organice según las tres etapas que han marcado la historia de las industrias culturales en Francia: la transición de la industria cultural a las industrias culturales, el enfrentamiento entre las industrias culturales y los medios audiovisuales de masas, y la formación de industrias de contenido.*
2. *Históricamente, la noción de industria cultural tiene una connotación peyorativa ya que es objeto de denuncias teóricas por parte de la Escuela de Frankfurt. La transición a las industrias culturales está ligada al modo de producción capitalista. En la década de los 70', los productos culturales industriales estuvieron marcados por su reproducibilidad e internacionalización. Además de estas características distintivas, existe incertidumbre sobre estos productos, ya que estamos más seguros de su éxito controlando por su valoración que controlando por su producción. Por eso "la dialéctica del tubo y el catálogo" es la lógica comercial que actúa para compensar los muchos fracasos (inherentes a una oferta variada que se supone atrae al consumidor) con grandes aciertos. La creación sigue siendo la base de la concepción de un producto cultural: el hecho de que no sea un empleado contribuye al mantenimiento de un aura del producto. Además, el producto cultural industrial se diferencia del producto industrial "clásico" en que no se destruye durante el proceso de consumo. Estos elementos recopilados no dan lugar a una teoría de las industrias culturales en el autor, ya que su posición es que dichas industrias han estado sometidas a una competencia que ha evolucionado en el tiempo y que las ha determinado.*

¹ Bacharach, Paul (2017): Bernard Miège en *Industrias culturales y creativas frente al orden de la información y la comunicación*. <https://doi.org/10.4000/lectures.22762>.

² Lavail-Ravetllat, I. (2020): Bernard Miège en *La digitalización en curso de la sociedad. Parámetros y desafíos*. Coll. "Comunicación, Medios y Sociedades". PUG, Grenoble. <https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/4353>

3. *Así, según el autor, las industrias culturales y creativas vivieron entre 1973 y 1998, en contacto con los medios audiovisuales masivos, una fase de diversificación. De hecho, dos modelos operativos de las industrias culturales chocan y compiten entonces: el modelo editorial y el modelo de flujo. El primero supone un soporte material y un solo producto, pagado por el consumidor, mientras que el segundo tiene una forma intangible, se programa continuamente y da una impresión de gratis. El enfoque de Bernard Miège no es solo económico: estos modelos arrojan luz sobre las estrategias de las empresas, el comportamiento del consumidor, pero también la creación. Su objetivo es evitar el escollo de los enfoques sectoriales y, por el contrario, arrojar luz sobre los vínculos entre los sectores de las industrias culturales... Ante esta recomposición de sectores, se está implantando un marco jurídico europeo favorable, afín a la desregulación, y una economía pública de las industrias culturales a nivel nacional, marco jurídico que el autor se niega a juzgar: si el abandono de Los principios desplegados por las políticas públicas, el fracaso de ambiciosos programas industriales y la primacía de las relaciones políticas en la apertura al sector privado están abiertos a la crítica, las medidas tomadas han permitido, no obstante, el surgimiento de programas audiovisuales transnacionales. Las ayudas públicas, upstream y downstream de los sectores, también tienen una gran demanda, y esto en los distintos países europeos: el deseo de preservar una excepción cultural "no se limita a un principio político-legal, limitado a Francia".*
4. *Si la influencia de los medios de televisión sobre las industrias culturales se soltó al final del siglo XX, la situación se ha vuelto, sin embargo, más compleja con la extensión de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Las industrias culturales se están convirtiendo en "proveedores de contenidos para las poderosas industrias del sector de la comunicación", lo que justifica la designación de "industrias de contenidos" para determinadas industrias culturales en el último período. Las industrias culturales se forman en distintos sectores, aunque las sinergias entre ellas se ven favorecidas por los grandes grupos multimedia. La evolución de las industrias culturales sigue el avance de las TIC pero no necesariamente concierne a las industrias culturales per se. Sin embargo, los nuevos productos culturales encuentran ahora muchas formas de financiación y nuevas formas de consumo: Las industrias culturales se están adaptando al nuevo orden de la información y la comunicación. La información se presenta al consumidor en todas las direcciones, por lo que un "mercadeo en red" necesariamente se desarrolla para las industrias, las TIC permiten un contacto más directo entre los autores y los consumidores (la intermediación). Para Bernard Miège, no se debe abusar de esta última noción: la tripartición entre artistas-creadores, intermediarios y consumidores no puede sostenerse, aunque solo sea porque el capital financiero, que se supone que interviene en la etapa de la distribución, también interviene en la etapa de la producción y viceversa. De hecho, los nuevos intermediarios no son neutrales, como Amazon, que dirige el consumo mediante la publicación. Los GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon), y más en general las industrias de la comunicación, que han estado innovando continuamente desde 2005 en un contexto de fuerte competencia, condicionan el futuro de las industrias culturales y creativas en las industrias de contenidos. Como resultado, una "gran hibridación de modelos editoriales y de flujo" tuvo lugar, sin mencionar el hecho de que las TIC promueven una "interactividad" ajena a estos dos modelos. En este movimiento de hibridación, se encuentran disponibles varias formas de difusión: portales, intermediación digital, clubes, corretaje y sobre todo plataformas.*
5. *A través de un enfoque que no pretende ser únicamente técnico o socioprofesional, Bernard Miège quiere mostrar que la multimedia es una "construcción social" que nace*

de las estrategias de los actores sociales y las lógicas sociales de la comunicación. Las industrias culturales, si hacen un seguimiento de los tres períodos estudiados, están marcadas por el enfrentamiento con el "nuevo orden de la información", un orden cuyas implicaciones no se limitan sólo a las industrias culturales, sino también al trabajo o la vida privada. En el enredo y la complejidad de los problemas, la distribución de productos culturales está destinada a aumentar. El enfoque del autor tiene el mérito de no enmascarar esta complejidad y de ser lúcido sobre la interferencia entre cultura y comunicación, sobre los debates sobre las protecciones legales de la creación, o en cuanto a la imposibilidad de adaptar las nuevas políticas públicas al marco industrial contemporáneo. Se permite incluso una crítica a una "concepción transparente de lo social y de las relaciones sociales" que transmite la comunicación interindividual en las redes sociales, concepción que, según él, no se puede engañar ya que las comunidades virtuales son re-estableciéndose los códigos supuestamente abolidos.

6. El libro **Las Industrias culturales y creativas frente al orden de la información y la comunicación** tiene el mérito de evitar muchas lecturas redundantes y logra sintetizar lo que está en juego en la cuestión, al tiempo que logra ser muy esclarecedor en algunos lugares, en particular en lo que respecta al desarrollo del capitalismo mediático. Sin embargo, presentes en el título del libro, otras preguntas quedan en la sombra: por ejemplo, el autor dedica sólo cuatro páginas a las industrias creativas (moda y lujo), lo que puede resultar decepcionante para algunos lectores. Especialmente lamentable la falta de ejemplos, incluso si se explica por el rechazo del autor a cualquier dimensión empírica. El autor, que en la información-comunicación, objeto de conocimiento, ataca el "empirismo sectorial", el "plegamiento disciplinar" y la "elaboración teórica generalizadora", no escapa a los dos últimos de estos escollos. Ciertas fórmulas teóricas habrían merecido el apoyo de ejemplos convincentes. En estos casos, las ciencias de la información y la comunicación se beneficiarían de la combinación de enfoques más directamente sociológicos o cercanos a los estudios culturales.
7. Por otro lado, **La digitalización en curso de la sociedad-Puntos de referencia y EntreJuegos** se centra en las interacciones entre sociedad y comunicación: ¿cuál es el lugar de la tecnología? ¿De la práctica?... ¿Qué pasa con las herramientas de mediación? ¿Cómo se producen, distribuyen y consumen los contenidos culturales? Todas estas son preguntas que no tienen respuestas definitivas en el contexto del actual proceso de digitalización de la sociedad... Nuestra percepción de la tecnología digital está sesgada por discursos que la hacen dependiente y por el hecho de que estamos en el centro de un proceso de digitalización de la sociedad, cuyo resultado desconocemos. La investigación científica, como la opinión pública, desarrolla enfoques que limitan el análisis mediante el uso casi sistemático de calificadores como la era digital, o adoptan metodologías vagas. Por estos motivos, Bernard Miège propone aquí hacer un balance de lo que sabemos sobre estas evoluciones y aportar claves para comprender los seis aspectos de la transformación en curso que ha identificado.
8. En **La digitalización en curso de la sociedad**, B. Miège analiza "nuestras percepciones de la tecnología digital" para resaltar la "complejidad de anclar las técnicas digitales en [...] las diversas sociedades contemporáneas". Organiza sus intervenciones en torno a seis ejes (seis capítulos) que identificó como los diferentes aspectos del proceso: la fascinación y el consentimiento, los procesos de innovaciones plurales, el fortalecimiento de la industrialización de la intermediación y las mediaciones, la renovación en profundidad. de la producción de información y el procesamiento de datos personales, los cambios en las prácticas y la globalización del capital. Estos elementos, presentados desde los más individualistas (por ejemplo, representaciones sociales)

hasta los más generalistas (capital globalizado), sirven de base para proponer en conclusión una nueva metodología.

9. El autor aborda el tema recordando que la tecnología digital no conoce una oposición efectiva y que los Estados son reacios a regular su funcionamiento. Sin embargo, se beneficia de una imagen ampliamente positiva gracias a un mito contemporáneo que la reduce a un conjunto de tecnologías, convirtiéndose “para todos en una promesa de dominio de su propio entorno, y [...] un medio [...] de acentuar el control social”. Para ilustrar estas “historias contemporáneas”, B. Miège cita a J. Rifkin que concibe la democratización de Internet como una ruptura civilizatoria que acabará con el capitalismo y consagrará el valor compartido... El autor lo critica por destacar el papel de las infraestructuras en la construcción de sociedades, así como su concepción de las herramientas digitales como base de una matriz de comunicación energética. Continúa con Y. Citton para quien se está digitalizando el dominio de los medios de comunicación, provocando la supresión de la intermediación, “principalmente a través de plataformas”. Pero, acercarse a las plataformas y la intermediación sin acercarse a los GAFAM que las encarnan equivale a restar importancia a los desafíos económicos que representan. Al final, la historia es la de una “era digital” caracterizada por el “compartir” y la “lateralidad”.
10. La relación entre lo digital y lo técnico se encuentra también en el corazón del mito caracterizado por el paradigma industrial de la convergencia, lo creativo y lo colaborativo, al que hay que añadir, desde lo digital, el paradigma del acceso y la provisión. Si bien su ponderación varía según las herramientas estudiadas, operan “de manera coordinada y complementaria” y se encuentran “desde la producción, hasta el consumo y por supuesto en acciones de promoción y comunicación de técnicas digitales”. La tecnología digital también está anclada en la narrativa de la modernidad, tiene potencial, “una característica cultural duradera y sorprendente [...] de las sociedades actuales”.
11. La segunda parte del trabajo está dedicada a la identificación de esta “revolución”. La digitalización tiene sus propias características: forma parte de la continuidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) analógicas, desarrolla técnicas, no es completa y nos podemos preguntar si es efectiva. Sin embargo, si se trata de un proceso de innovación, conviene definirlo. El término innovación es múltiple y se utiliza con frecuencia. B. Miège distingue así el concepto (que él llama innovación I) del avance o innovación de producto (innovación II). No se trata de cambios (mejoras realizadas en el software) ni mutaciones que sean “transformaciones profundas y generalmente duraderas en las prácticas de información, cultura y comunicación”. El estudio de estas nociones se complica al simplificar las visiones de lo digital, ya que “hemos llegado a llamar datos [...] digitales de todo tipo que ahora son accesibles para nosotros en una forma diferente a la analógica”. Sin embargo, sería incorrecto reducir la tecnología digital al uso final que de ella hace el usuario, “toda la cadena de diseño - producción - intermediación - distribución de productos” debe tenerse en cuenta. No debe confundir digital y virtual.
12. Sin embargo, estas características siguen siendo insuficientes para definir la innovación digital; la distinción entre innovación I y II, por ejemplo, no siempre es fácil. B. Miège toma el ejemplo de las industrias culturales para explicar la imposibilidad de construir un modelo del proceso de innovación. Estas industrias “no están [...] todavía [...] deconstruidas por técnicas digitales y especialmente por las estrategias ofensivas de grupos poderosos”, pero en este ámbito el proceso parece tan variado como incierto.

Son, por tanto, los elementos característicos de este desarrollo los que “justifican hablar de los avances de la tecnología digital en las sociedades contemporáneas”.

13. *La aparición de GAFAM ha debilitado la influencia de creative commons y open access, y la industrialización de la información resultante toma dos formas: el posicionamiento estratégico de las empresas digitales a nivel de intermediación y la mediatización de las acciones de información-comunicación”, en concreto mediaciones que pueden calificarse de “organizadas”. Estos elementos, a menudo confusos, deben diferenciarse. La intermediación se ha visto interrumpida por los usos digitales, “las relaciones de intermediación parecen dejar de ser neutrales en las relaciones entre productores y consumidores”. Pero la intermediación es distinta de la que realizan los “colectivos de internautas”. Además, las plataformas se “analizan como infraestructuras mediáticas”. Por lo tanto, debemos esperar que la “lógica organizativa de la cobertura de los medios” que imponen reestructurar los sectores en los que operan. B. Miège, no obstante, rechaza el concepto de “capitalismo de plataforma” de N. Srnicek porque solo influyen aquellos que pueden procesar datos de forma masiva. Persiste, sin embargo, la vaguedad sobre las orientaciones de esta revolución, así como sobre la distinción entre acción individual de información-comunicación y grupo de mediación organizado. Por ejemplo, ha aparecido una nueva forma de violencia a través, en particular, de las fake news y el ciberacoso, en un espacio dual que vincula lo público y lo digital. Partir de comportamientos o intereses individuales no especifica por tanto cómo se desarrolla la intermediación a través de plataformas, para ello sería necesario tener en cuenta plataformas de todos los tamaños.*
14. *La evolución de la información no empezó con la tecnología digital, B. Miège y G. Tremblay la denominaron “informatización”. Pero han surgido nuevas características, como la sustitución gradual del papel por la recopilación de datos y digital. En cuanto al papel, el proceso es múltiple (reducción de la impresión, desarrollo del suplemento digital a un título impreso, puros reproductores, etc.). En general, la sustitución está en marcha, “el declive es constante y algunos observadores ya están dando la alarma”. El big data, a su vez, promueve el “control de la vida cotidiana de los individuos” mientras que “el goce [...] tendrá un efecto favorable”. Desde el punto de vista metodológico, concentrarse en el estudio de estos datos excluye el aspecto social de las interacciones al dejar de lado “el trabajo [...], pero también [...] la expropiación de lo común en la vida en sociedad, que contribuye a la evolución del capitalismo. El procesamiento de estos datos, por su parte, se realiza mediante algoritmos que ya no pretenden modelar sino actuar sobre la realidad. Sin embargo, las afirmaciones de que estos algoritmos se lanzarán apenas están comenzando a escucharse. El objetivo es poder captar la atención, el código se ha convertido así en una herramienta de identificación de opiniones permitiendo el desarrollo de “estrategias ocultas” mientras se descuida “el comportamiento humano y sus componentes sociales y culturales”. Por lo tanto, todo el circuito de procesamiento de datos ahora está industrializado. Este interés por la atención plantea cuestiones epistemológicas: no es seguro que el objeto del procesamiento de datos sea la creación de valor y esto revela “cuestiones fundamentales sobre el posicionamiento del ser humano frente a las ofertas del mercado”. Para D. Cardon, esto equivale a incluir el dominio social en lo calculable y, por tanto, a unir las ciencias sociales y las ciencias duras.*
15. *Por tanto, los analistas están revisando su metodología. Tanto más cuanto que “la investigación aplicada a usos específicos con recursos identificados está muy atrasada” y que la producción algorítmica es ahora abordada como una construcción social por V. Bullich y V. Clavier. Cabe agregar que “la cobertura mediática ya no sería suficiente*

para calificar la era en la que hemos entrado”, la cobertura hipermedia produciría interacciones humanas diferentes a las creadas por los medios más antiguos. Sin embargo, B. Miège se opone a este enfoque constructivista que generaliza, pero cuya opinión puede captar a pesar de la ausencia de rigor científico, mientras que, según él, forma parte de una fenomenología materialista. La metodología es tanto más importante cuanto que, en el espacio público. Los usos relacionados con los datos se abordan con respecto a la propiedad, mientras que las cuestiones van más allá de la protección individual. Es ahora lo que A. Rouvroy y T. Berns llaman “gubernamentalidad algorítmica” lo que debe estar en el centro de las preocupaciones.

16. En cuanto al estudio de las prácticas sociales y simbólicas, es fundamental distinguir el análisis económico, los parámetros sobre los que se construyen los datos, la asimilación de la práctica al “uso de una herramienta técnica”, y la de los usos sociales de las técnicas. La metodología propuesta en este trabajo sitúa las prácticas en el centro de la reflexión, abordando las otras tres nociones únicamente por el vínculo que mantienen con estas prácticas. Según los datos disponibles, el desarrollo de las redes sociales lo dedica Facebook y todos los grupos de edad se reúnen allí para consultar información, luego para comunicarse y finalmente para comerciar. Sin embargo, la clasificación de las relaciones a partir de las redes sociales “postula que las diferenciaciones sociales observadas [...] disminuirán con el tiempo”. Esto implicaría que los comportamientos están vinculados a las herramientas.
17. Para B. Miège, esto se traduce como “un enfoque trivial”. La distribución de las posibilidades digitales también se ve desafiada por la brecha digital, presentado como intrínsecamente vinculado a la “sociedad global de la información”. Sin embargo, reducir esta fractura es ilusorio. “No son las herramientas las que hacen las prácticas sino las determinaciones sociales y culturales”, favoreciendo una multiplicación de ofertas más que un alineamiento de capacidades. Además, las TIC son intrínsecamente desiguales. Finalmente, reducir esta brecha presupone que todas las personas tengan un mínimo de habilidades de comunicación. Y estas disparidades digitales también se abordan desde un ángulo sesgado porque “el ilectronismo (como la incapacidad digital, analfabetismo digital o electrónico en tanto que dificultad o discapacidad que encuentra una persona para utilizar dispositivos digitales y herramientas informáticas por falta o desconocimiento total de su funcionamiento) no solo concierne a quienes no están conectados”. Es necesario analizar qué técnicas, generalmente pensadas para los jóvenes y las clases altas, pasan a manos de las clases populares. Las prácticas actuales sólo pueden abordarse incluyendo “las lógicas de la acción individual en adelante en plural [y] las relaciones de dominación en el origen de las desigualdades sociales”. Esto le permite a la Sociedad de la Información y Comunicación (SIC) considerar dos tendencias: la individualización de las prácticas y la interpenetración de los ámbitos profesional y personal para estudiar la articulación de lo técnico y lo social.
18. Las industrias digitales han iniciado un movimiento globalizado de capital en diversas formas (inversión en investigación y desarrollo, optimización fiscal, etc.). Estas nuevas prácticas plantean problemas importantes con respecto al funcionamiento del mercado. Las posiciones de monopolio u oligopolio global de los GAFAM y NATU son el resultado de la organización económica del mercado estadounidense: financiación internacional del NASDAQ y políticas proactivas. Tomando la visión opuesta de la renta defendida por las teorías económicas clásicas, estos gigantes digitales se han establecido desarrollando estrategias de innovación continua internamente y uniendo industrias (software, hardware, etc.) externamente. Además, B. Miège rechaza la teoría de N. Smyrniotis según la cual la GAFAM distorsionó el proyecto original que era internet al ser financiado masivamente con publicidad porque “se basa en una visión

[...] finalista, como si fuera humana las construcciones [...] estaban en dependencia directa y completa de sus primicias". Se insiste en la inclusión de GAFAM dentro de la evolución de una arquitectura de red desarrollada con la creación de Internet. Actualmente se desarrollan dos formas de oposición y crítica a las herramientas digitales: por un lado, las multas y cargas fiscales y, por otro, la desinformación y la ciberviolencia. En cualquier caso, las autoridades públicas tienen poco efecto y es poco probable que la industria digital juegue al juego de la protección personal. Sin embargo, no podemos generalizar los análisis de las sociedades occidentales a todos los países del mundo. En los países emergentes, el video se está convirtiendo en la forma estándar de comunicación y Rusia se está enfocando en las herramientas nacionales, mientras que Túnez ve la difusión de Facebook entre todos los estratos de la sociedad sin resistencia. En India, por otro lado, la digitalización requiere plataformas para distribuir contenido local, así como la (auto) censura con respecto a la pornografía, la religión y el interés nacional. Pero, ante la conquista de los mercados mundiales por parte de GAFAM, B. Miège señala que las BATX chinas (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiami) ahora se plantean como "alternativas" y "competidores" y se benefician de ' un grupo de consumidores potenciales tanto a nivel interno como en el sur de Asia.

- 19.** *B. Miège concibió este trabajo como una evaluación de la investigación sobre la digitalización de la sociedad, ofreciendo tanto claves para comprender las diversas teorías existentes como una nueva metodología. Este informe sienta así las bases para estudiar la evolución de la digitalización de la sociedad. El autor lo aborda desde el ángulo de su campo elegido, las industrias culturales y creativas, pero se centra en la sociedad, que es mucho más amplia. No obstante, a veces el enfoque cultural no es representativo de la evolución de la sociedad. B. Miège tiene razón al insistir en la importancia de las nuevas metodologías en el análisis digital y la imposibilidad de "abordar esta cuestión esencial en su totalidad, pero las SIC son, por naturaleza, interdisciplinarias. Esto constituye un activo importante en este tema, La transversalidad permitiría compensar la imposibilidad de un enfoque global por parte del SIC, pero parece algo descuidado por el autor. Sin embargo, a través de algoritmos, las prácticas digitales han llevado las matemáticas a la infocomunicación. Los algoritmos ya no se utilizan para modelar sino para influir en la realidad. Si el modelado es el objeto de las matemáticas, son las prácticas sociales las que le asignan un uso final. Cabe recordar que los algoritmos necesariamente incluyen sesgos por ser una producción intelectual, entonces es necesario agregar dos elementos: por un lado, el resultado del cálculo numérico se da en base a parámetros no modificables y desconocidos para el usuario final; y, por otro lado, la forma de la respuesta está predeterminada por la construcción del algoritmo. A pesar de todo, la tendencia es utilizar los resultados que brindan las herramientas digitales dándoles valor probatorio. Esta confusión entre datos (ciertamente no brutos) e información se debe a la acumulación de sesgos, desde la construcción de programas que no pueden (y no siempre pretenden) modelar la realidad, a la desviación social de herramientas digitales. Para comprender y evaluar estos sesgos y sus consecuencias, el SIC podría articular las diferentes disciplinas involucradas, en este caso matemáticas e informática.*
- 20.** *B. Miège analiza brevemente el tema de la propiedad de los datos, y considera que, desde un punto de vista legal, el desarrollo del comercio electrónico modifica profundamente la relación de la sociedad con la propiedad de los bienes (particularmente culturales, pero no solo). Plataformas como iTunes ofrecen la compra de películas y libros. Si de hecho se trata de una compra, no es en absoluto una transferencia de propiedad. El usuario que compra uno de estos productos en realidad*

solo obtiene una licencia que le da acceso al contenido digital que permanece en el servidor de la empresa. Cuando este último decide dar de baja esta plataforma (como hizo Microsoft con su librería electrónica), la licencia deja de ser válida, lo que hace inaccesible el contenido. En paralelo, el desarrollo masivo del streaming es sinónimo de renuncia parcial a la propiedad. Sin embargo, lo que podría parecer trivial podría reflejar un cambio de paradigma en el funcionamiento de la sociedad y repercutir en la concepción occidental de la libertad, que sigue estando fuertemente ligada al concepto de propiedad. El desarrollo del comercio digital está cambiando los usos económicos, cambiando legalmente nuestra relación con la propiedad y nuestra concepción de la libertad a escala global. Por último, “en cuanto a China, debería tratarse por separado, porque se está convirtiendo en un competidor directo de El desarrollo del comercio digital está cambiando los usos económicos, cambiando legalmente nuestra relación con la propiedad y nuestra concepción de la libertad a escala global. Por último, “en cuanto a China, debería tratarse por separado, porque se está convirtiendo en un competidor directo de El desarrollo del comercio digital está cambiando los usos económicos, cambiando legalmente nuestra relación con la propiedad y nuestra concepción de la libertad a escala global. Por último, “en cuanto a China, debería tratarse por separado, porque se está convirtiendo en un competidor directo de cinco grandes”, pero al poner al Estado y las empresas al mismo nivel, el sujeto se beneficiaría de un enfoque geopolítico.