


They just don't have it.

Mikel R. Nieto

20 de Octubre de 2014, en las Islas Galápagos (Ecuador)

A place for my thoughts

Types of luggage sets and features
March 23, 2014 by loeod



There are different types of luggage sets which will let you carry various kinds of items and maintain style as well. You will be well organized by going for the most appropriate luggage set. It is possible to select luggage sets as per your personality and all items will be in well secured condition. Luggage sets are available in various budgets, sizes and shapes. There are large as well as small luggage sets. If you are aware of different kinds of luggage sets, you will be able to select the right kind of luggage set to your requirements.

Factors that affect the selection of a luggage set

Recent Posts

- [Weight Loss Package Guide](#)
- [The best ways to Ensure Baby Gets His Best Sleep And Avert Sudden Infant Death Syndrome](#)
- [A Simple Analysis Of Picking Out Primary Aspects For Myths About Christian Dating](#)
- [Fat Loss 4 Idiots As A Fast Weight Loss Diet – Hold Your Expectation](#)
- [Fat Loss 4 Idiots As A Fast Weight Loss Diet – Hold Your Expectation](#)

Hablar de música es una sucesión de batallas, es toda una guerra; cada batalla es un intento por definir lo inasible, lo inabarcable del ser humano. Cada guerra es una guerra perdida de antemano; definitivamente, escribir sobre música no es práctico, es una lucha interna, en forma de texto. La música no se escribe, se inscribe en nuestra memoria, por la percepción, por la escucha. Para qué escribir, entonces, sobre música si ella sola se describe a sí misma. Se inscribe en nuestra experiencia, en nuestra percepción, en la audición, en la memoria. *In memoriam*. Escribir sobre música es un homenaje, en pasado, en un presente sin futuro. Después, cuando tomo un libro, leo un texto, que me habla de música, lo escucho, se lo agradezco; sobre todo porque me siento reflejado, en la limitación humana de describir lo indescriptible, más allá de la percepción, de nuestros límites(a)¹. Una realidad. Una ficción posible. O dos o tres.

Tratamos de conocer sus términos, sus fronteras, sus límites, para comprenderla, para pensarla. Nos limitamos a pensar; pensamos en limitarla, acotarla, marginarla, concluirla, pero no concebimos que sus límites son nuestros propios límites: los límites de nuestra percepción. Proyectamos sobre la música todas las posibilidades, todo nuestro conocimiento, condición de posibilidad, de la misma manera que nuestras proyecciones sobre lo desconocido son a partir de lo que conocemos previamente. No hay nada nuevo. Podemos imaginar en

¹ Las letras entre paréntesis corresponden a citas de otros autores que acompañan al texto. Se encuentran al final del artículo.

qué consiste; pero es en el acto, en el acto de la escucha, donde todos, todos, todos nuestros pensamientos se desvanecen. **Escuchamos.** Escuchamos, al otro, no sin pasión, no sin deseo. Escuchamos, a nosotros mismos, no sin dolor, no sin remedio. Escuchamos sin pensar; pero no pensamos sin escuchar. Oímos. Escuchamos nuestros pensamientos, nuestras letras, nuestros textos, nuestras lecturas. Leemos abstrayendo las palabras del texto sin percatarnos de que nuestra escucha nunca se agota. Inevitable es entregarse a ella, a la escucha, sin condición, sin redención, sin remedio. Ahogarse.

Seguimos creyendo que podemos definirla, pero es ella quien nos define a nosotros, a nuestras sociedades, a nuestras políticas, a nuestras cosmovisiones. No hay nada en ella que no refleje lo que somos, reflejos, Narcisos. Miremos al agua, al infinito, a las ondas que modulan la realidad que conocemos; adentrémonos en lo desconocido. Escuchemos. Seamos valientes, por un momento, miremos al reflejo, reconozcamos la música que hay en las profundidades. Esa música que nos llama desde lo lejos. Esa música que nos toca en silencio, que enmarcamos, que producimos, que vendemos. Esa música, ese producto, es mentira. La música para alguien que la ama, sin condición, sin remedio, es dolor, es pasión, es deseo. La música nos dice al oído lo que no queremos escuchar, nos dice lo que queda por llegar. La música es nuestro presagio. O dos o tres.

Este texto no pretende hablar de música, sencillamente, no pretende nada. Este texto es una recopilación de pensamientos, ideas y esbozos más o menos ordenados. Reflexiones. Subjetividades. Colectividades. Este texto ha sido *un lugar para mis pensamientos*. Este texto, definitivamente, no es una lista, tampoco es una recopilación. Tampoco. Cualquier coincidencia con la vida real es pura casualidad. Este texto no se lee, se escucha. Este texto es un homenaje a todos los “netlabels”, a todos los proyectos que han crecido y que nos han hecho crecer con ellos. Gracias a ellos hoy tenemos una razón para escribir y leer este texto. O dos o tres.

La disipación del Término (b)

Existe una relación etimológica² entre la palabra “netlabel” y los “sellos de discos”³. Esta relación, a priori, nos lleva a pensar que los sellos discográficos físicos se adaptaron al formato digital “online” dando como resultado a los “netlabels”. Nada más lejos de la realidad. Los “netlabels” no son únicamente la consecuencia de un cambio de formato entre lo físico y lo digital, no son los hijos binarios de los CDs. No son un nuevo formato. La esencia de los “netlabels” no reside en el formato sino en la actividad de intercambio y en sus políticas. La palabra “netlabel” es más compleja de lo que aparentemente pueda parecer; si queremos comprender realmente en qué consiste debemos conocer algunos detalles de su corta pero intensa historia:

² La palabra “netlabel” es de origen anglosajón y se compone de dos términos: por un lado, “net” que hace referencia a la palabra “network” o “red”, en español, y que se relaciona con un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan distintos protocolos, es decir, lo que comúnmente se denomina como

qué referentes históricos le influyeron, qué agentes intervinieron, qué relaciones surgieron con la industria musical, qué problemáticas se plantearon y desde qué perspectivas. En este sentido, las interpretaciones de lo que es o no un “netlabel” no son inocentes. Depende de nosotros encontrar en ellos algo más que un sistema de distribución musical en internet porque en su idiosincrasia hallamos un presagio de los cambios que se instalarán posteriormente en la sociedad. Depende de nosotros.

La definición de la palabra “netlabel”, a día de hoy, permanece abierta. La posibilidad de encontrar una definición del término que contente a todos los implicados se ha tornado agotadora y la interpretación del término como una adaptación o un cambio de formato resulta insuficiente; ya que esta definición, amnésica, no tiene en cuenta la variedad de interpretaciones posibles y existentes. El entusiasmo de compartir creaciones y la motivación que ello genera han sido el alimento para crear estas redes autónomas. Esta acción permite crecer en base a una colectividad con intereses comunes y al margen del capital, de la regulación, del control y del poder. Las bases de los “netlabels” son, sencillamente, otras. Basados en el afán de compartir creaciones musicales sin ninguna pretensión ni presión económica, son la evidencia de que un sistema autónomo de creación sin regulación aparente es capaz de establecer un nuevo régimen en el margen de lo instaurado por el mercado. Su labor se diferencia de los modelos del trabajo capitalista, están al margen del capital. Se establecieron de manera autónoma, sin regulación, ni autorización, ni autoridad.

La red se define a sí misma en el proceso, en su indefinición. El término “netlabel” se ha disipado. El origen de esta disipación se halla en dos cuestiones que afectaron tanto a los “netlabels” como a la industria musical y que se han hecho evidentes durante la transición entre formatos. Por un lado, la cuestión económica en el consumo de las publicaciones y, por otro lado, las licencias de distribución de las publicaciones. Ambas minaron el terreno. Las consecuencias fueron diferentes tanto para los unos como para la otra: los primeros, un sistema autónomo de creación sin regulación donde el debate seguirá abierto y en constante crecimiento, cuyo objetivo no es ser un producto sino un proceso de creación; mientras que en el caso de la industria musical la herida se cerró lo antes posible para que la reestructuración del mercado fuera inmediata y la recuperación del capital también. Esta guerra, en dos frentes, ha permanecido abierta durante años, en los cuales la lucha ha sido encarnizada entre los que estaban más cerca de la industria musical y los que se querían diferenciar de ella radicalmente. La discusión permanece en saber cuáles son los aspectos que definen su identidad, más o menos cercana al modelo propuesto por la industria musical, por el capital. Pero ¿cómo podemos diferenciar a un “netlabel” si no logramos

Internet; por otro lado, la traducción del sustantivo “label” podría resultar engañosa, ya que podría traducirse como “sello” o “etiqueta”, lo que implica un estándar reconocido internacionalmente. La suma de ambos términos, “net” y “label”, se ha traducido al español habitualmente como “sello de discos en internet”, donde deberíamos de distinguir la página web de un sello discográfico en internet y una página web donde se distribuye música en la red. El primero tiene su versión análoga física y el segundo no. Si interpretamos el término como un “sello de discos en internet” estamos haciendo referencia a la industria musical adaptada a la red. Sin embargo, si entendemos la palabra “netlabel” como una plataforma de distribución de música “online” podemos comprender que existe un afán por compartir las creaciones sonoras propias o ajenas a través de la red, lo cual está fuera de los estándares de la industria musical y no sigue ningún modelo de mercado.

³ El caso de Napster resulta paradigmático: un grupo de entusiastas crearon una red de comunicación que permitían el intercambio de archivos de música entre usuarios. La red comenzó a crecer hasta que llegó a los oídos de la industria musical, que, con Metallica y Dr. Dre a la cabeza, decidieron demandar a los creadores de la red. Poco tiempo después, Napster se convirtió en una plataforma más

definirlo? ¿cómo es posible que los “netlabels” hayan muerto si todavía no hemos logrado definirlos? ¿es posible la disipación de un término indefinido? En este sentido, este texto no pretende establecer una definición del término “netlabel” sino tratar de comprender su práctica: no quiero pensar qué es un netlabel; quiero pensar a través de él.

El término “netlabel” esconde aspectos políticos en sus publicaciones que ejercen de motor ideológico para cada decisión. Las cuestiones estéticas, los contenidos y los tiempos son decisiones que marcan evidentes diferencias entre los “netlabels” y los sellos físicos comerciales *adaptados*. La palabra “netlabel” interpretada desde una lógica etimológica simple no permite desvelar toda la profundidad y complejidad que posee. Su aspecto más relevante es la red; un tejido de comunicación para compartir creaciones sonoras. Por lo tanto, merece la pena pensar en que la red es lo que define al “netlabel” y no el medio que usa, ni el formato que tiene. La red es lo que ha permitido que los creadores compartan sus creaciones en beneficio de su conocimiento enriqueciéndose como creadores. Éste es su sello: la red (net) como sello (label). Si ponemos esta cuestión en perspectiva, veremos que desde los años ochenta este intercambio ya existía con la Red Internacional de Cassettes, la cual nadie denominó “cassette-label”, sino originalmente International Cassette Network. Sus miembros no tenían mayor pretensión que compartir y escuchar sus creaciones. No existía el afán comercial. Tampoco el coleccionismo era posible, no podía completarse, era sencillamente inabarcable. No existía un catálogo completo de creaciones numeradas. No eran productos, era una red de creadores, de creador a creador.

para la promoción de artistas de la industria musical y Metallica publicó algunos trabajos “online” tratando de emular el efecto viral que tuvo la red Napster.

La vanguardia de la industria

Insisto en que las redes, los “netlabels” y la Red Internacional de Cassettes, han permanecido al margen de la industria musical, del capital, del control y del poder; y esta marginalidad es propia a los sistemas autónomos de creación y distribución musical que no han necesitado de una regulación, ni de una normalización, ni tampoco de una definición. Son los miembros de la red quienes establecen las normas: la meritocracia ha sido quien ha definido el valor del contenido de las creaciones y de sus formas. Son los miembros de la red quienes establecen su validez y su valor. El valor, el crecimiento, las posibilidades, residen en el intercambio, horizontal, entre creadores. Como ha demostrado la historia este sistema autónomo de creación en red hizo tambalear los estándares del consumo musical y al mismo tiempo le marcó los pasos a seguir. La música, o

más bien el ruido de la música, se adelantó a los cambios sociales, los guió. Jacques Attali bien lo sabía y bien lo describió en su libro *Ruidos*.

“Actualmente es inevitable, como si un ruido de fondo debiera cada vez más, en un mundo que se ha vuelto insensato, tranquilizar a los hombres. Hoy día también, dondequiera que la música está presente, también está ahí el dinero. (...) La música, disfrute inmaterial convertido en mercancía, viene a anunciar una sociedad del signo, de lo inmaterial vendido, de la relación social unificada en el dinero. La música anuncia, pues es profética”.

Esta marginalidad, o más bien vanguardia, en la que crecieron y se desarrollaron los netlabels se convirtió en un modelo a seguir para la industria musical. El cambio al sistema binario implicó un cuestionamiento en el núcleo de la industria musical, pero no para las redes de intercambio entre creadores. Los “netlabels” no necesitaron adaptarse, ellos adaptaron el medio, el código, y lo lograron con los medios disponibles, poniéndolos a su servicio. Encontraron las vías, los protocolos para comunicarse y compartir su información. Su crecimiento y su expansión estaban basados en la satisfacción personal y social que reporta el acto de compartir. Este flujo de información, de comunicación y de creación es vital en un proceso de crecimiento constante donde el conocimiento del otro es tan importante y tan válido como el propio. Una vez más, la retroalimentación, en la red, resulta fundamental, en un paisaje horizontal y deslocalizado.

La desfragmentación del archivo (c)

Las necesidades de los “netlabels” y de la industria musical nacieron en momentos diferentes, de fuentes diferentes y con tiempos diferentes. Su historia, por lo tanto, también es diferente. El desahogo en el que estaba instalado el mercado musical en el formato físico postergó sus cambios hasta hacerse inevitables y necesarios para su economía. La música se había adelantado. La industria discográfica se inspiró en estas plataformas independientes que surgieron previamente. El momento del cambio había llegado. Rápidamente compraron el código, establecieron su política económica propia de un capitalismo neoliberal y vieron florecer su poder nuevamente. La industria incorporó tanto lo revolucionario como lo marginal a su sistema; expandiendo sus perfiles y rentabilizaron el conflicto. Toda resistencia resulta rentable y toda oposición se convierte en una fuente de beneficio e inspiración para el capitalismo. La industria

discográfica no puede permitirse dejar de ganar dinero, así que también capitalizaron el proceso del cambio.

Las estructuras de poder de la industria musical se adaptaron a los nuevos formatos socialmente consumidos. Capitalizaron su popularidad y sus resultados, su socialización y su sociabilidad. Compraron las plataformas descentralizadas que usaban popularmente sus usuarios para compartir sus archivos de música. El sistema basado en las redes deslocalizadas, de puerto a puerto (“peer to peer” o P2P), fue el comienzo para compartir archivos de música entre los primeros nativos de internet. El imperio de la industria musical en el mundo digital nació con estas plataformas, incorporando un pago por derecho. Pagar otorga el derecho a una escucha, exclusiva, personalizada y perfilada, o una escucha de alta calidad, de clase alta.

Las posibilidades de internet comenzaron a brotar y la industria musical no dejó escapar esta oportunidad. Los usuarios comenzaron a pagar a los intermediarios, a los nuevos editores, como ha sido siempre. En definitiva, los métodos, los procesos y las estrategias usadas por los “netlabels” y por los sellos discográficos tradicionales son diferentes pese a que ambos usan el mismo medio por el cual viaja su información: unos y ceros. Las diferencias son profundas, en las bases, en sus políticas; estas diferencias establecieron un debate y una confusión general. Ni el público, ni algunos músicos, sabían qué estaba pasando, en qué posición colocarse, en qué frente luchar. Se inauguró una batalla que evidenció los principios de los dos modelos. Los “netlabels” no pretenden obtener beneficios económicos directos: no venden productos; la palabra “mercado” no está en su vocabulario. Sin embargo la industria musical perpetúa e impone su necesidad de capitalizar la creación musical y las relaciones sociales que la música aporta, así como su edición y su reproducción; por primera vez en la historia, centralizaron el poder en un medio socializado que permite producir, distribuir y consumir; todo al mismo tiempo.

La socialización de los medios ha precedido a la creación y propagación de las redes de distribución musical. Los medios socializados permitieron una comunicación más inmediata y sus posibilidades se amplificaron con el tiempo. Los usuarios abrieron sus colecciones al mundo y el mundo se hizo sonoro. Las carpetas compartidas eran una fuente de archivos inagotable y sus posibilidades se multiplicaron exponencialmente. La revolución de la era digital fue en bits de información clonados. Los archivos eran iguales unos a otros. Cada bit era igual a su semejante y ambos tenían el mismo valor. La copia superó al original. Los mismos bits se repartieron para generar la misma música en puntos diferentes del planeta. Una nueva radio, sin un cuerpo tangible, ha nacido, en pecado (d).

La necesidad del conflicto (e)

La música en internet comenzó a tomar cuerpo, a hacerse presente, a desvanecerse en bits fragmentados y repartidos en distintos reproductores en distintos lugares del mundo. Los originales y las copias comenzaron a asemejarse, a hacerse idénticos: a nivel binario contienen los mismos datos, los mismos bits de información; ya no hay diferencia entre el original y la copia. Así, la industria musical decidió aprovechar este escenario para poner de relieve la situación vulnerable en la que se encuentran sus conceptos relativos a la propiedad intelectual y a los derechos de autor. Usaron su capacidad para hacerse omnipresentes a través de los medios de comunicación con el objetivo de afianzar en la masa social los conceptos y los términos propios de una guerra. Una dialéctica contundente y una estrategia feroz siempre suman aliados: *señala al enemigo y atomiza el conflicto*.

(f) El resultado: el *pirata* es el enemigo a combatir entre todos. La neutralidad no es posible. Los derechos están siendo violados. El delito digital ha nacido. Según ellos, el mercado musical estaba siendo injustamente atacado por millones de usuarios porque ninguno de ellos pagaba sus cánones. Las costumbres habían cambiado, pero las licencias siguen siendo las mismas: beneficios para los editores y para los intermediarios⁴. A día de hoy todavía arrastramos las consecuencias de un debate fragmentado y sin resolver que los estados y las sociedades gestoras de los derechos de autor han establecido por sus propios intereses⁵. Fragmentar el debate y hacer que no tenga lugar permite obtener beneficios permanentemente, las guerras y las crisis son un buen ejemplo de ello: son una buena oportunidad para lucrarse y afianzarse, sobre todo en el proceso de cambio.

Las oportunidades que ofrecen las “nuevas tecnologías”, como veremos más adelante, suponen la aceptación de un escenario bélico invisibilizado. La batalla por la defensa de los derechos de autor asume que existe un sentido de propiedad sobre la obra que debe ser protegida y salvaguardada. La propiedad intelectual es un concepto anacrónico que establece un monopolio para los impresores y editores, excluyendo a los autores de las obras de tener un control sobre la obra impresa y sobre su uso. No olvidemos que la idea de autoría nos asume como creadores de un contenido original e inédito, lo cual, por lo menos, es cuestionable. ¿Acaso existe una obra original desligada de cualquier posible referencia anterior? No existe creación sin imitación. Toda obra es consecuencia del fluir del conocimiento y por lo tanto es parte del conocimiento humano. La pregunta adecuada es: ¿qué creación no es de dominio público? Los conceptos de autoría y de propiedad intelectual, usados tanto en las patentes industriales como en las creaciones culturales, beneficia a los intermediarios que se preocupan y se ocupan de que sus derechos sean respetados a través

⁴ Lars Ulrich, batería del grupo popular de heavy-metal Metallica y cara visible en todo el proceso de demanda de la red Napster, ofreció numerosas ruedas de prensa y encabezó numerosos actos públicos masivos donde expresó su opinión al respecto de dejar de recibir un porcentaje de dinero por el intercambio de archivos de música de Metallica entre usuarios: “The argument I hear a lot, that ‘music should be free,’ must then mean that musicians should work for free. Nobody else works for free. Why should musicians?”.

⁵ El debate planteado por parte de algunos estados, como es el caso del Estado español, y de las Sociedades Gestoras de derechos de Autor y de los derechos Editoriales remite a

del pago del canon que ellos mismos establecen. Los estados y las sociedades de gestión de los derechos de autor usan una terminología adecuada para una interpretación coherente, según ellos, con las normas y las leyes que ellos mismos han establecido previamente por sus propios intereses. Evidentemente. Estas interpretaciones de la cultura y de su transmisión nos convierten, idealmente, en autores, creadores y propietarios, en seres especiales, casi divinos, con la capacidad para crear, sin referentes, desde cero. Ahora, pese a ser seres casi divinos, según ellos, necesitamos la defensa de una propiedad que en realidad, en la práctica, no nos pertenece, afortunadamente.

Paralelamente y desde el momento que existe una gestión por la defensa de una propiedad existe un sistema de seguridad que protege y aplica la ley sobre los infractores, así como sobre los sospechosos. En muchos casos, la aplicación directa de los sistemas de seguridad se basa en la sospecha y en la prevención. ¿Quién es potencialmente un sospechoso de quebrantar la ley? Todos los usuarios que tengan dispositivos de almacenamiento digital, es decir, todos. Todos somos sospechosos. Todos podemos copiar, todos podemos compartir, y sobretodo, todos podemos hacerlo sin la necesidad de pagar un tributo por ello. Éste es el problema, éste es su problema. Con este pretexto basado en la seguridad y en la prevención se establece un canon obligatorio para los soportes físicos digitales que permiten el intercambio de archivos. La consecuencia es que el usuario pasa a ser potencialmente culpable de la violación de los derechos de autor y necesita pagar una multa o, al menos, una compensación por quien infringe la ley. Este discurso deriva en la aplicación de una política de seguridad donde todos somos culpables hasta que se demuestre lo contrario: actualmente, tanto las plataformas que permiten la publicación gratuita de archivos de sonido, como los aeropuertos, aplican estas políticas en las que tenemos que demostrar que no somos culpables de un futuro delito. Esta política de seguridad, propia de sistemas represivos, les permite ofrecer una “mayor seguridad” al usuario a cambio de la aceptación de unas condiciones de uso, por lo menos, cuestionables, sino muy posiblemente abusivas; argumentando, siempre, que es por su propia seguridad (g).

épocas anteriores repletas de injusticias sociales y abusos de poder. En la actualidad, la estrategia consiste en mantener el control sobre las estructuras de poder y sobre los medios de difusión para la manipulación eficaz de la opinión pública en un tema planteado desde una dialéctica muy poco inocente: los piratas son todos aquellos que no pagan un canon que ellos establecen y que ellos consideran oportuno. No hay corsarios. No. Solo hay piratas y no son ellos. De hecho, cuando alguien ha denominado piratas a la SGAE, ellos se han sentido difamados y han denunciado por “daños al honor”, como ocurrió con un artículo publicado en 2007 y firmado por Trebor Escargot.

La dictadura de la sospecha (h)

Existe un caso paradigmático en el mundo de los “netlabels” que evidencia claramente las contradicciones de este sistema de control y de sus posibles interpretaciones. El artista Anki Toner, aka File Under Toner, publicó una serie de canciones creadas a partir de los silencios que los discos de vinilos traen consigo en los comienzos, en sus partes finales y en los espacios intersticiales entre canciones. Estos supuestos silencios fueron amplificados y modificados para

dar como resultado un álbum de treinta y seis canciones. El disco, *This is the end, beautiful friend*, fue publicado por el “netlabel” Hazard Records con una licencia de dominio público en Internet Archive, ofreciendo así su descarga gratuita⁶. Con esta publicación el poder de la sospecha para imponer, por derecho y por seguridad, una censura se hizo presente. El 29 de septiembre de 2010 el disco de Anki Toner fue retirado de los servidores de Internet Archive por una supuesta “infracción de los derechos de autor”. Bajo esta interpretación, los silencios que traen por defecto los vinilos también tienen derechos de autor y por lo tanto han de respetarse igualmente, al igual que las canciones publicadas bajo una misma licencia “copyright”.

Esta idea implica que cada músico crea en todos sus discos obras nuevas compuestas de silencio para poder separar después sus canciones. Todos sabemos que esto no ocurre: ningún compositor escribe varias obras de unos pocos segundos de duración con únicamente silencio para separar sus canciones; ni esta obra es posteriormente interpretada, ni grabada, ni incluida físicamente en el vinilo. Estos silencios existen para dar un descanso al oído, son las puertas que separan los espacios donde habitan las canciones; indican el principio y el final de las canciones, del disco y de la música. Estos silencios no son creaciones porque sencillamente estos silencios no han sido propuestos como tal, como obras, como piezas de música, como tiempos para la escucha. Sin embargo, la censura toma cuerpo con la prevención, se silencian los silencios y se interpretan los vacíos legales. Las contradicciones surgen rápidamente: si ningún autor ha registrado las partituras de estas obras, compuestas de silencio y de tan sólo segundos de duración, ¿qué les convierte en los legítimos dueños de una no-propiedad? Si no existe un registro de la propiedad intelectual sobre estas obras tampoco existe, por lógica, ninguna violación de la propiedad intelectual, en sus propios términos.

La situación surgida a partir de este disco evidencia que la aplicación de las leyes y de sus sistemas de seguridad son la prioridad sobre el sentido común: la ley puede aplicarse incluso en contra de toda lógica. Toda censura es justificada por el bien común, propio de un sistema paternalista, restrictivo y controlador. Imponer los límites de la creación es signo del deseo de establecer un control sobre los límites del mundo y de lo que ocurre en él.

El manifiesto del “netlabel” Hazard Records, escrito en 1999, augura las contradicciones que se evidenciarán posteriormente en la aplicación de un anacronismo legislativo sobre la actividad digital de la música y de la cultura contemporánea. El manifiesto completo está disponible en su web⁷.

1. *La propiedad intelectual no sólo es un ROBO (como toda propiedad, decía Proudhon), sino un ABUSO, una VERGÜENZA y una herramienta de CENSURA.*

⁶ El álbum *This is the end, beautiful friend* se encuentra disponible en Internet Archive en el siguiente enlace: <http://archive.org/details/hr061b>

⁷ El siguiente enlace es la web oficial de Hazard Records: www.hazardrecords.org

2. *Las entidades recaudatorias de derechos de autor, de afiliación obligatoria (en España, la SGAE), no defienden los derechos del creador sino los de los propietarios de la obra (cuando no otros intereses más oscuros). Estas entidades son una ESTAFA.*

Por ello ponemos en marcha el sello HAZARD RECORDS en las siguientes condiciones:

1. *Los discos de HAZARD RECORDS se editarán en CD-R (compatible con todos los reproductores de CD). Al hacer los discos sobre demanda, eliminamos los costes fijos. Esto permite realizar tiradas cortas sin encarecer los discos. Es una forma de trabajo muy parecida a la de los sellos de cassettes de los años 80.*

(...)

2. *Los discos de HAZARD RECORDS quieren ser de DOMINIO PÚBLICO, es decir, libres de COPYRIGHT. Esto vale en ambos sentidos: ni nos preocupa la hipotética procedencia legal del contenido de nuestros discos ni cuestionaremos en ningún caso su futura utilización en otros contextos. (Agradeceremos, eso sí, ser citados por ello). Advertimos sin embargo que, por el mismo motivo por el que no nos preocupamos de la legalidad de nuestros discos, no podemos responder por aquellas terceras personas que se crean con derechos sobre las ideas contenidas en ellos, ni por los jueces que tengan que decidir sobre el particular.*

Asemejarse a la forma de trabajo de los sellos de cassettes de los años 80 no es casualidad. Proponer un sistema actualizado de esta forma de trabajo pone en valor las políticas implícitas en esta forma de trabajo desarrollada en décadas anteriores. Resulta elogiabile el planteamiento del “netlabel” Hazard Records, quien ha sabido ver más allá de los discursos establecidos (i).

La reproducción de las esperanzas (j)

Como vemos, con la aparición de los sistemas de reproducción de la música se establecen los sistemas de regulación del poder y del control, eso sí, siempre al margen del creador; como no puede ser de otra manera, son los editores y los gestores quienes toman el poder de la música: de su gestión, en el momento de su representación y en el momento de su reproducción. La posesión del medio, del formato, de los sistemas de reproducción y de distribución es una manera de afianzar un sistema de control y de poder, así como de establecer las nuevas licencias y los nuevos términos afines, siempre, a sus políticas restrictivas. Si atendemos a los sistemas de reproducción

veremos que éstos vienen acompañados, cada cierto tiempo, de nuevos formatos y de nuevos reproductores que nos obligan a invertir nuestros ahorros o nuestro tiempo en esta transición llena de esperanzas.

En este sentido, la industria musical ha procurado cada cierto tiempo un nuevo formato de reproducción, un nuevo estándar, una nueva esperanza, aunque estos vayan en detrimento de la calidad en la escucha. En el formato digital se hace más evidente que nunca que la prioridad no es la calidad. El formato de compresión digital por excelencia, el mp3, fue creado a partir de un algoritmo con pérdida que permite a la música viajar más ligera por la red. Sus estándares de calidad se ven reflejados en sus códigos: la prioridad no es la calidad en la escucha, sino la posibilidad de compartir rápidamente y poseer más en menos tiempo. Asentado hoy como un formato universal para la música digital “online”, el mp3 es la extensión de la omnipresencia de la industria musical que escribió los códigos de la compresión y descompresión del archivo musical digital más utilizado actualmente (k). No olvidemos que la reproducción va ligada a su correspondiente aparato reproductor, a su máquina lectora, emisora y reproductora. Esta estrategia ha sido repetida en cada cambio de formato obligando a los usuarios a adquirir nuevas máquinas de reproducción adecuadas a los nuevos formatos. Así, las colecciones de música de los usuarios también tienen que ser compradas nuevamente acordes con el nuevo formato del nuevo reproductor. Los nuevos formatos vienen acompañados necesariamente de nuevas máquinas, de nuevos motores de reproducción y de nuevas ventas, así como de promesas, posibilidades y esperanzas.

Las condiciones de posibilidad (l)

Las nuevas tecnologías proporcionan, con sus posibilidades, nuevos escenarios para el pensamiento y también para el capitalismo neoliberal, donde se desarrollan las batallas por el poder y por el control derivados, en este caso, de la música y de su socialización. Las nuevas tecnologías se presentan con su capacidad para hacernos disfrutar de la ilusión de libertad y de éxito que proporcionan las nuevas máquinas. Las campañas publicitarias de los nuevos aparatos tecnológicos inciden esencialmente en que nuestro tiempo será más rentable y productivo con los nuevos medios; nos aportarán, por lo tanto, más calidad de vida, que no calidad en la escucha, gracias a las nuevas posibilidades que traen consigo. Las promesas de una mayor libertad, de una mayor productividad y de un mayor éxito vienen de la mano de las nuevas tecnologías. La promesa de la tecnología hace énfasis en las posibilidades que podemos desarrollar gracias a ellas. La fórmula del éxito que proponen es una mayor productividad

en un menor tiempo comprendiendo también la socialización como un acto productivo y rentable: la socialización de nuestros éxitos aumenta nuestra rentabilidad en el mundo; nos convertimos en seres potencialmente exitosos en la medida en la que tenemos más posibilidades de socializar nuestras posesiones, nuestros logros e incluso nuestras descargas.

Esta idea de la regulación del éxito en función del número de las descargas, de las visitas o de las ventas ha sido aplicado desde el inicio de la reproducción musical. La cantidad de ventas indica el volumen de éxito de un “hit-parade”. La cantidad de visitas de una página nos indica la cantidad de público potencial que puede atraer un artista⁸. Descargamos, organizamos, numeramos, medimos, calibramos, acotamos, pero, definitivamente, no escuchamos. En los dominios digitales es indudable que el número de descargas no implica necesariamente una escucha y es en esta diferencia cuantitativa entre la descarga y la escucha donde se manifiesta la cuestión de la posesión del archivo, así como su capacidad para regular el poder. La evidencia de que las descargas, entendidas como el cuerpo de la capacidad de abarcar una colección musical en su plenitud, no son inherentes a los “netlabels” se puso en valor con la propuesta: “bajarmusika.tk”. El 23 de febrero de 2011 apareció el siguiente post en un portal colaborativo para la difusión del arte sonoro⁹, donde los responsables de este “netlabel” anunciaban, desde el anonimato, su propuesta:

*HOLA,
HEMOS HECHO UN SELLO DE MÚSICA QUE SE PUEDE BAJAR.
WWW.BAJARMUSICA.TK
LO SUBIMOS TODO.
SÓLO TENÉIS QUE MANDAR VUESTRA MÚSICA A ESTE
E-MAIL:
sellobajarmusica@gmail.com
SI TE APETECE, NO DUDES EN REENVIAR ESTE MENSAJE
MUCHAS GRACIAS, OS QUEREMOS A TODOS
[<http://www.artesonoro.org/archives/7303>]*

Este irónico texto fue la presentación pública de “bajarmusika.tk”; con su sencilla propuesta ha evidenciado algunas tensiones importantes en los “netlabels” como son la gratuidad de los medios y la capacidad de subir y bajar toda la música posible a la red. Estos dos aspectos los encontramos en los siguientes tres gestos: primero, el dominio gratuito “.tk”, de nivel superior para el archipiélago neozelandés de Tokelau, que permite crear un dominio propio sin ningún costo; segundo, el alojamiento gratuito de los archivos en la red es posible gracias a los servidores de Internet Archive; y, tercero, el nombre “bajarmusika.tk” también nos dice mucho: la propuesta

⁸ Durante años la red social para músicos, Myspace, fue el regulador del éxito de un grupo musical en función de las visitas que marcaba la página del grupo. Las posibilidades de venta y de éxito del grupo se medían en función del número de visitas y no en función de su calidad o de la afinidad del grupo en el espacio de representación. La prioridad, el capital.

⁹ El portal colaborativo para la difusión del arte sonoro al que se hace referencia es: www.artesonoro.org

consiste en subirlo “todo” para disponer públicamente de ese “todo”. Se pone en valor el acto de subir y bajar música simplemente porque los medios lo permiten, así como el cuerpo de lo abarcable, de lo finito. El dominio gratuito, el alojamiento también gratuito y el nombre “bajarmusika.tk” simbolizan la radicalización de la puesta en valor de las posibilidades que ofrecen los medios en el gesto de compartir y en el volumen de lo compartido. Su sello es el movimiento vertical del archivo.

La desaparición del comisario

Lo importante, queda claro, está en poder hacerlo, en las posibilidades de los medios disponibles y no tanto en el contenido, ni en el discurso. De hecho, el discurso es una falta de discurso aparente. Las consecuencias del gesto de publicarlo “todo”, o al menos proponerlo, supone la evidencia, del deseo, de la desaparición de la figura del comisario, quien cura al sello proponiendo un discurso, una línea de publicación, un filtro coherente entre el artista y el oyente, a través de los contenidos. Este problema se hace presente desde el momento en el cual no existe un mediador que nos indique qué publicaciones escuchar: si no hay un filtro, ni un comisario, tampoco hay un discurso. Dicho de otra manera, si la premisa es publicarlo “todo” no es necesario un comisario. Podemos publicarlo “todo” sin filtros, sin ataduras, sin mediadores, ni intermediarios, en crudo. Si somos “libres” de publicarlo “todo”, entonces ¿por qué no hacerlo?

Los comisarios ya no son necesarios porque los medios permiten prescindir de ellos, de sus gustos, de sus planteamientos y de sus discursos. Pero esta aparente ausencia supone que esta labor de comisariado, o selección de contenidos, se traslade a otros agentes, como son el artista, quien crea, y el oyente, quien escucha. Ambos serán quienes tendrán el poder de decisión, última, sobre la creación mostrada y la creación escuchada. La fingida desaparición se produce en un proceso de selección entre creador y oyente, pero la selección va a seguir produciéndose en ambos procesos: publicar y escuchar. Por otro lado, la desaparición del comisario no es plena, en “bajarmusika.tk” es un juego de ocultamiento que permite la transformación del comisario en un proceso de publicación repetitivo “ad infinitum”. El comisario como funcionario de la subida de archivos, como máquina vertical de contenidos. Un presagio de lo que ocurrirá después de manera global en las plataformas corporativas de publicación “online”. La invisibilización del proceso de filtrado, el proceso de purificación. Este proceso, aparentemente automático, es anónimo. Nadie sabe quién es y saberlo tampoco importa. Pero ¿qué sentido tiene subir y bajar música sin criterio aparente o sin una ética en la política de publicación? La propuesta de “bajarmusika.tk” revisa la

figura del comisario y comienza a entenderla desde una perspectiva experimental.

La música es sinónimo de libertad (m)

Como veremos más adelante, la industria musical también incorpora este sistema de invisibilización del comisario en sus plataformas de publicación musical “online” pero con un objetivo bien diferente: otorgar un papel superior al artista y al oyente, rentabilizando sus servicios, capitalizando las visitas, la popularidad. Si en ausencia de un comisario son los artistas y los oyentes quienes realizan las labores de selección, de filtrado, de purificación, se pone de relieve la necesidad de establecer una ética con respecto al volumen de publicaciones en la red. Pero, ¿es necesario seleccionar los archivos de un mar infinito de escuchas posibles? Las respuestas son dispares, como ocurría con la Red Internacional de Cassettes. Las palabras del artista Rafael Flores a este respecto resultan muy lúcidas:

“Hacia 1991 me saturé. El ‘network’ llegó a ser agobiante. Se hizo imposible distinguir tanta cassette enviada y recibida”¹⁰.

Esta sensación de agobio se repetirá, sino multiplicará, con el formato digital “online”. De hecho, esta incapacidad para abarcarlo “todo” en la escucha, será motivo para acusar a los responsables de los “netlabels” de tener un filtro excesivamente amplio, una puerta excesivamente abierta. La labor de comisariado estaba siendo atacada, por su ausencia. En este artículo del blog de “eldino” encontramos un ataque directo a los mismos por su incapacidad para filtrar los contenidos que publican y las consecuencias que esto tiene en la comunidad:

“The biggest part of netlabels out there publish tons of shit, they don’t know or care a fuck about applying some quality filter to their releases. There is any “firewall” between the demos they get in their inboxes and the releases they publish. That’s why most part of netaudio scene sucks”¹¹ (o).

La cuestión de que el volumen de publicaciones perjudica directamente a la calidad de las mismas y por lo tanto también a la mal llamada “escena de netlabels”, establece una generalización injusta, como todas las generalizaciones, sobre algo completamente subjetivo: el gusto por la música. Recordemos que la responsabilidad última sobre lo que escuchamos proviene, sin lugar a dudas, de quien elige lo que escuchar, de nosotros, de nuestra decisión inmediatamente previa a la escucha: el acto de presionar un botón y que comience a sonar lo que hemos elegido no se puede despreciar

¹⁰ La entrevista completa a Rafael Flores está disponible en este enlace: <http://www.vice.com/es/read/de-red-en-red-806-v5n5>

¹¹ El artículo completo está disponible en el siguiente enlace: <http://eldino.wordpress.com/2010/08/04/en-the-4th-secret-of-netlabels-slim-down-your-releases-and-make-your-catalogue-better>

ni lo más mínimo, en él reside la diferencia esencial entre la música y el ruido: tu música es mi ruido; mi música es tu ruido. El deseo de que llegue un sonido a nuestros oídos se dispara al mismo tiempo que una canción que hemos elegido en un reproductor. La última decisión, antes de la escucha, es la que importa: el usuario es quien decide.

Lo que conviene rescatar de esta incapacidad para abarcar el volumen de publicaciones es la diferencia en los tiempos, en los ritmos vitales y de publicación. Esta situación sugiere que las publicaciones de los “netlabels” sobrepasaban con creces la capacidad de escucha de una persona en vida: el tiempo que requiere escuchar sus publicaciones es tremendamente superior al tiempo vital de una persona. De ello se extrae que, por un lado, las creaciones sonoras requieren de un tiempo para ser escuchadas, y que, por el otro, el tiempo de escucha necesario para hacer uso de todas las creaciones publicadas trasciende el tiempo de nuestras propias vidas. Los tiempos vitales y los tiempos de los “netlabels”, de las publicaciones y de la escucha, son otros. Simplemente, diferentes. El problema, en la reproducción de la música, digital o analógica, es doble: por un lado, creemos necesitar más tiempo del que disponemos en vida para escucharlo “todo”, de alguna manera cuando vemos una colección de música se nos despierta el deseo de escucharla, de abarcarla, de poseerla, pero en este deseo es donde comienza el segundo problema: que no terminamos de asumir que el sonido o la música, con el deseo y la curiosidad de escucha implícitos, trasciende al tiempo de nuestras propias vidas.

“Bajarmusica.tk” nos recuerda con estos gestos que somos “libres” de publicarlo todo, compulsivamente, sin moderación, todo lo posible. Existe un precedente y es el de “desetxea”¹². Desde su primera referencia en 2003 ha publicado cerca de 200 discos. Su volumen, a priori, puede ser abarcable para una escucha en vida; sin embargo, el nombre del “netlabel” –“la casa del desecho” en euskera– no nos incita a ello; el valor de sus publicaciones están a la altura de la obscena política bulfímica de publicación, sin ética alguna aparente (p).

¹² El enlace del “netlabel” “desetxea” es el siguiente: <http://www.mattin.org/desetxea.html>

Do whatever the fuck you want with this files

Ésta es la proposición de “desetxea”, dirigido por el artista sonoro vasco Mattin, quien propone cuestionar de manera crítica los sistemas establecidos en el ámbito de la práctica de la música experimental, ya sea en las publicaciones como en las licencias de distribución. Con este enunciado, tajante, nos otorga la “libertad” absoluta como oyentes y como creadores sobre las publicaciones del “netlabel”: *podemos hacer lo que jodidamente queramos con estos archivos*. Pero ¿qué podemos hacer con una colección de *desechos*? (q). Podemos descargarlos, archivarlos y ordenarlos; podemos escucharlos “libremente”

decidiendo nosotros qué escuchar y cuándo; podemos distribuirlos “libremente”; podemos remezclarlos y usarlos “libremente” en nuevas creaciones. Podemos, “libremente”. *Las posibilidades son infinitas. La “libertad” es máxima.* La presión del papel en blanco también lo es. ¿Sería posible en la industria musical una propuesta de este calibre? Seguramente sí, aunque únicamente en apariencia, en un anuncio, en un reclamo; he escuchado repetidas veces este argumento para vender tecnologías, dispositivos o servicios: “Las posibilidades son infinitas. La ‘libertad’ es máxima”. En este caso, no existe presión del papel en blanco, sino opresión. Las diferencias del significado que adoptan las mismas proposiciones según quién las diga, quién las emita, son considerables. Las diferencias, en esencia, también lo son.

Ambos “netlabels” –“bajarmusica.tk” y “desetxea”– nos recuerdan que, en esencia, somos “libres”. En esencia. Ambas propuestas cuestionan sanamente los límites del artista sonoro, del comisariado, de la escucha, de la publicación y de sus licencias. Ambos nos ponen al límite, como creadores y como oyentes. Ambos conciben la labor del comisario como una labor artística y experimental, dejando la puerta abierta, tal vez demasiado abierta. Así, el flujo de creaciones es inmenso, como la red en la que se inscribe. Así, la calidad del flujo es tan cuestionable como el gusto, subjetivo, personal e intransferible. Así, la velocidad del flujo, como la “libertad” para hacer lo que queramos, habla por nosotros, habla de nuestra época, de nuestros medios, de la contemporaneidad en la que nos inscribimos. Habla por sí sola.

La necesidad de la velocidad

En la actualidad todos los cuerpos, vivos o inertes, viajan con mayor rapidez por todo el planeta. Las grandes distancias se han reducido considerablemente aumentando la velocidad. Los cuerpos viajan, comprimidos, en el tiempo. La cualidad inherente a la red de redes es la velocidad de los cuerpos digitales y la inmediatez con la que disponemos de ellos. Éste ha sido el cambio más significativo entre las redes de intercambio físicas y las digitales: la velocidad con la que viaja el archivo digital y la inmediatez con la que disponemos de él. El cuerpo digital es infinitamente más rápido que el cuerpo físico. Sus tiempos, indudablemente, son diferentes. Las nuevas tecnologías nos permiten enviar, recibir y archivar una mayor cantidad de información en un menor tiempo. Nunca antes en la historia hemos tenido tanta información disponible en tan poco tiempo; pero, viajar, enviar, recibir, consultar, acumular y archivar tan rápidamente también tiene sus consecuencias. ¿Qué implica tanta velocidad?

La velocidad de envío es equivalente a la velocidad de pérdida o disipación de los cuerpos. Los archivos, las personas, los conceptos

desaparecen con la misma velocidad con la que viajan por el espacio. A mayor velocidad, mayor fragilidad. El aumento de velocidad conlleva un aumento en el riesgo del grado de pérdida. Todo viaje implica un riesgo y este riesgo aumenta cuando la velocidad es mayor. Los accidentes aéreos son un claro reflejo de este grado de pérdida, dejando un menor número de supervivientes. Nuestros cuerpos, nuestra información, nuestros conceptos, nuestras ideas y nuestros proyectos, son más frágiles, más efímeros, cuando la velocidad es mayor. En cuestiones de transmisión de datos, el aumento de velocidad implica igualmente un aumento en el riesgo del grado de pérdida de estos datos. Podemos enviar un mayor volumen de información a más velocidad, pero podemos perderla con la misma velocidad con la que la hemos enviado, ya sea por un error en la transmisión, por un accidente o por una falta de interés o de atención. La pérdida puede ser de muchas clases.

Disponer de una mayor cantidad de información en un menor tiempo conlleva que la información que recibimos es susceptible de ser sustituida tan rápidamente como ha llegado. La nueva información espera en nuestras mentes, en nuestros ordenadores, a ser procesada, sustituyendo a la vieja información. Bulimia digital. Los cuerpos, los proyectos, las ideas, son más efímeros para permitir que el flujo continúe en un proceso repetitivo de transmisión. El flujo es mayor. La prioridad, en este sistema, es el flujo, de cuerpos y de conocimiento. A mayor movimiento, mayor capacidad para representar vida y, por lo tanto, mayor rentabilidad. Los ritmos de la economía son los ritmos del flujo de transmisión de la información y de los cuerpos. La velocidad es un factor importante para un sistema basado en la posesión y el poder de archivos descargables. No olvidemos que para ellos la velocidad es importante como lo es la posesión.

Hemos desarrollado una mayor velocidad, ahora la pregunta es si nosotros, nuestros cuerpos, nuestras mentes y nuestra economía, son capaces de adaptarse al ritmo de lo inmediato y soportar sus consecuencias. No olvidemos que con el aumento de la velocidad de transmisión aumentan también nuestras posibilidades y nuestros riesgos. Los ritmos y los tiempos digitales de los intercambios, de la producción y de la economía son diferentes. Si aumentamos la velocidad de nuestras actividades debemos aumentar también el deseo de consumo de lo que está en movimiento. En términos musicales, obtener la discografía completa, por ejemplo, de los Beatles en pocos minutos no implica, ni mucho menos, escucharla; este proceso, de escucha, no es prioritario y, como hemos visto, implica mucho tiempo, más de lo deseado para el sistema capitalista. La prioridad es el proceso de intercambio y de transmisión de datos: el viaje. La posesión se justifica con una escucha potencial. Así, poseer una discografía completa nos satisface tanto tiempo como dura la

transmisión de datos y en algunos casos menos tiempo: desde que aparece una nueva posibilidad de posesión, una nueva transmisión, una nueva discografía, con ella aparece el deseo de poseerla inmediatamente, al margen de lo viejo, de la descarga previa. Repetir el proceso de transmisión, de posesión y de archivado logra satisfacer y aumentar el deseo de consumo. La repetición mantiene el orden y estabiliza el mundo, crea más deseo. La repetición es rentable. La repetición. La rentabilidad. El deseo de repetición aumenta en función de la capacidad de posesión, para lo cual es fundamental la compresión del archivo, del cuerpo digital, del tiempo. La repetición del éxito de la transmisión del tiempo comprimido aumenta el deseo del consumo del mismo proceso repetido. El éxito infinito, repetido, repetidas veces. El deseo del éxito es rentable.

El máximo espacio minimizado

Si aumentamos la velocidad de transmisión de datos, debemos aumentar también la capacidad de almacenaje. Los espacios necesarios para almacenar los archivos son maximizados en la dimensión digital y minimizados en la dimensión corpórea. Tenemos, pues, espacios gigantes en dispositivos minúsculos. Los formatos digitales de almacenamiento están minimizados y permiten un almacenamiento mayor que los formatos físicos. Los tamaños y los pesos de los archivos digitales, como decíamos, son menores que los analógicos. Si lo comparamos con el formato analógico, el formato digital permite alojar miles de horas en el tamaño de un cassette. Los minutos han aumentado y los centímetros se han reducido. Seguramente nunca antes en la historia hemos tenido tanta información, tan accesible, tan inmediata y en un espacio tan minimizado. Hemos comprimido los dispositivos, hemos ampliado los espacios de almacenaje y, sobre todo, hemos comprimido los tiempos de transmisión entre dispositivos y entre usuarios; pero también hemos necesitado comprimir la escucha por cuestiones económicas en la atención, es decir, en el tiempo, es decir, en el dinero (r). Estadísticamente, el cincuenta por ciento de las personas no son capaces de mantener la atención sobre una información en internet pasado el primer minuto. También es cierto que la transición entre el cassette y el CD permitió ampliar el tiempo de escucha sin interrupción. La transición entre un archivo digital en un disco duro local y el flujo de datos constante en la nube ha permitido aumentar hasta el infinito, si es posible, el tiempo de escucha sin interrupción. Hoy el flujo digital es eterno. Esta inmensidad, en todos los sentidos, ha producido que la interrupción de la reproducción no venga del formato en sí, sino del usuario, de su atención, de su interés o de su deseo. Nuestras limitaciones se muestran, ahora, por encima de las limitaciones técnicas, tecnológicas. Necesitamos más que nunca generar, previamente, atención, deseo, escucha.

La escucha comprimida

En este sentido, uno de los “netlabels” que más ha evidenciado la necesidad de una mayor velocidad en la escucha, de una mayor producción de deseo y de una mayor accesibilidad a su colección completa, es “lonchas”¹³; un proyecto efímero de veintidós días de duración y con cuarenta y seis publicaciones en su catálogo. La propuesta de este “netlabel” consiste en publicar discos de segundos de duración, facilitando considerablemente la labor de escucha y permitiendo abarcar su catálogo al completo, en su plenitud. “Lonchas” es ideal para todos aquellos interesados con escucharlo “todo” y completar así la escucha de una colección, es abaricable, abordable. La primera publicación del “netlabel” contiene tres canciones con dos segundos como máximo cada una: toda una declaración de intenciones (s).

La compresión de la escucha en el tiempo y la capacidad de poseer, pero sobre todo de escuchar, toda su colección hacen que el valor del tiempo invertido en este acto esté en relación con el valor del tiempo en la actualidad. Archivos comprimidos. Tiempos líquidos. Así mismo, el hecho de que el “netlabel” se mantuviera activo sólo dieciséis días, entre el 22 de diciembre de 2010 y el 7 de enero de 2011, pone de manifiesto lo fugaz y efímero de estos proyectos, una característica propia de internet. La duración de los netlabels, de los proyectos, de los formatos y también de los conocimientos necesarios para llevarlos a cabo, tienen una fecha de caducidad muy temprana. Tienden a desaparecer cada vez más rápido. La vida en internet es breve, comprimida y líquida. Nunca hasta ahora ha sido tan costoso, en esfuerzo, en conocimientos técnicos y en tiempo, hacernos ver que existimos y que seguimos con vida.

El mega-netlabel

Las tecnologías digitales, como hemos visto, permiten aumentar la velocidad de los archivos y del intercambio. Ahora, nos toca reflexionar sobre las consecuencias de esta velocidad en nuestras vidas, en nuestras actividades y en nuestro pensamiento, pero no es la velocidad lo único que ha llegado a nuestras vidas de la mano de las tecnologías digitales. La digitalización de archivos ha supuesto necesariamente la creación de grandes archivos, de grandes espacios vacíos, de grandes servidores, donde archivar, ordenar y conservar las creaciones y el conocimiento humano. Si existe en el mundo de los “netlabels” un archivo por excelencia ese es Internet Archive. Desde finales de 1996 Internet Archive es una plataforma “online” con la clara misión de recoger y almacenar los materiales públicos de internet o de archivos donados por particulares o instituciones. Su objetivo es proporcionar a historiadores, a investigadores, a

¹³ El enlace del netlabel “lonchas” es el siguiente: <http://lonch.mywebcommunity.org>

académicos y al público en general, el acceso a su colección de datos y asegurar la longevidad de esta información.

En sus inicios, Internet Archive, pretendía recoger, preservar y facilitar el acceso a las películas de importancia histórica que están disponibles en otros lugares. Así la sorpresa fue máxima cuando se dieron cuenta de que sus servidores estaban siendo usados como soporte para acoger las nuevas colecciones musicales que estaban naciendo: los “netlabels”. Actualmente acoge el mayor flujo de donación de música “online”, lo cual le otorga un gran poder y, al mismo tiempo, una gran responsabilidad. Su política con respecto a las donaciones que recibe es clara, práctica y funcional; al igual que con las licencias con las que permiten publicar los contenidos en sus servidores. Sus políticas concuerdan a la perfección con los “netlabels” y, por esto, Internet Archive es el mayor espacio vacío que pudiera desear llenar un “netlabel”. La cantidad de ellos que contiene es descomunal, ingente, inabarcable. Internet Archive, en sí mismo, es un “mega-netlabel”: contiene miles en su interior, su navegador facilita el acceso a las colecciones y el contenido está ordenado y numerado. ¿Qué hubiera sido de los “netlabels” sin una plataforma como Internet Archive?

Las bibliotecas corporativas

La metamorfosis de lo tangible a lo inasible, en la música, muestra a las claras algunas problemáticas arraigadas en la industria editorial desde hace siglos, como hemos visto. Esta transición entre formatos, todavía latente, ha perpetuado modelos anteriores en los “nuevos medios”. Los “netlabels” han mostrado al mercado capitalista las posibilidades de las redes de intercambio musical. Una vez más, la economía se ha inspirado en la música. Por esto, no es gratuito que las redes de intercambio entre creadores y para la publicación de sus trabajos musicales resulten en la actualidad un negocio para empresas que ofertan servicios gratuitos para la distribución musical y su socialización correspondiente. La factura de la gratuidad está hoy sobre la mesa: los servicios gratuitos convierten a sus usuarios en productos, obligándoles a aceptar sus licencias, sus políticas y sus términos. La sospecha de lo gratuito.

Las corporaciones, bajo una suave piel de cordero, ofrecen “lo mismo” pero en sus dominios, bajo su control, ampliando su poder y su colección. El patrimonio musical contemporáneo está instalado en sus dominios, o más bien en sus subdominios, y no en los Archivos Nacionales; tienen alojados en sus servidores colecciones musicales contemporáneas más amplias, más ricas y más actualizadas que la Biblioteca Nacional de cualquier estado. Las corporaciones son los nuevos estados, las nuevas religiones (t).

Las promesas de libertad

Los beneficios que ofrecen estas plataformas corporativas a los músicos coinciden, en muchos casos, con las promesas de las nuevas tecnologías: inmediatez, facilidad y belleza. El cielo en la tierra. Estas características harán crecer las posibilidades de convertirse en un ser rentable, un ser divino, un ser social, aceptado por la comunidad y por lo tanto llegar a tener una mayor probabilidad de éxito. Ser Dios. Veamos cómo funcionan estas plataformas y sus servicios. Las publicaciones de los músicos son inmediatas porque, en primer lugar, el medio lo permite, y en segundo lugar, porque no existe una necesidad de moderación: el sello es el artista. El comisario desaparece: se convierte en artista y viceversa, sobre todo, viceversa. La moderación de las publicaciones se hace en función de los derechos de autor, como hemos visto anteriormente, del respeto por las leyes y de las normas para un beneficio común; tenemos el derecho, sino la obligación, de señalar al sospechoso, así formamos parte del brazo ejecutante de la ley. Todos participamos de la moderación de los contenidos publicados en la red, todos somos la ley. Pero, el hecho de que no exista un comisario o de que el artista realice tal función de filtrado en su obra, es una manera sutil de entender al artista como un ente único y original, que no necesita copiar; el artista resulta ser, por lo menos, una deidad. ¿Quién no quiere ser divino, todopoderoso y eterno?

Se pone en valor la autoría y la identidad del artista, definiendo su dominio dentro de la plataforma corporativa: el artista tendrá un dominio propio, su nueva oficina de trabajo gratuita. No es necesario que paguemos por sus servicios, todavía no. El pago a la plataforma se realiza a través del consumo y en función del éxito, presentándose como un servicio gratuito, en un primer momento. El espacio de trabajo es infinito y acogerá la capitalización del ser social. Las posibilidades son infinitas. La "libertad" es máxima. Los artistas ya no tienen límites de espacio para compartir sus creaciones, podrán compartir y crear todo lo que quieran. ¿Quién no quiere crearlo todo? ¿quién no quiere ser "libre"? (u).

Cuanta más actividad exista en el perfil del artista, en su oficina virtual, en su estado, más ruido generará en la red y más atención obtendrá. Atención: más actividad se convierte en más éxito y éste en más beneficio económico. Atención: beneficio económico. Atención. Cuanto más social se es más presencia se tiene, más omnipresente se es, más ruido se crea y más posibilidades de éxito se generan. Sé omnipresente, sé Dios. El artista sólo se ocupa de crear. Para ello, la herramienta de publicación disponible, gratuitamente, es tan amable y fácil de usar como de diseñar. Los gestores de contenidos

son botones a nuestro servicio. Los diseños, homogeneizados, se personalizan “libremente” con los modelos propuestos existentes. Nada nuevo. Una distopía al alcance de todos. Seremos más libres, más exitosos, cuanto más actualicemos nuestro perfil, nuestro estado y cuanto más formemos parte de él (v).

El presente distópico (w)

Todos estos aparentes beneficios atraen a cada vez más usuarios, que usan estas plataformas gratuitas, corporativas y centralizadas. Ante tantos beneficios aparentes es recomendable no ser ingenuos y tener un cierto sentido crítico que nos haga ver cuáles son las posibles consecuencias de la aceptación de los términos y condiciones que ellos proponen, invisiblemente (x). Éstas son algunas de las posibles consecuencias: en primer lugar, aceptar la gratuidad de un servicio implica convertirse en producto; en segundo lugar, nosotros como producto adoptamos inevitablemente una mayor identidad corporativa de nuestra imagen pública, de nuestro perfil público y de nuestras publicaciones, dicho de otra manera, nuestra esencia refleja la identidad corporativa en la que enmarcamos nuestras creaciones; en tercer lugar, aceptar sus términos y condiciones implica afianzar los formatos propuestos por la industria musical, por el capital y por el poder: ya sea con un formato de compresión con pérdida como es el mp3 o con las licencias de publicación restrictivas; en cuarto lugar, aceptar un subdominio es bautizarse, de alguna manera, como subordinando, como vasallo y como dependiente. ¿Qué ocurrirá cuando, por el motivo que sea, la plataforma donde alojamos nuestros trabajos “online” deje de estar disponible y con ella desaparezcan nuestras obras publicadas? O casi peor, ¿qué ocurrirá cuando, por el motivo que sea, la plataforma donde alojamos nuestros trabajos “online” deje de estar de moda? ¿volveremos a repetir?

Recordemos lo que ha ocurrido, cada cierto tiempo, y sigue ocurriendo, cada cierto tiempo, con los viejos y los nuevos formatos en el mundo físico: una vez que un nuevo formato aparece, el formato en uso, el formato de moda, hasta entonces, pasa a ser inmediatamente obsoleto, en desuso, cae en el olvido, con suerte, hasta un nuevo resurgir, un “revival”, un renacimiento. Esta estrategia de mercado ha permitido vender nuevas máquinas, nuevas colecciones de música, con sus consiguientes gastos para los usuarios, para los consumidores, para los oyentes. Ahora con los medios digitales, las nuevas máquinas son las plataformas gestoras de contenido en red que obligan a repetir el mismo acto de publicación y actualización de sus perfiles, de sus estados, de sus archivos, de sus colecciones, con la consiguiente inversión de tiempo en un proceso de ensimismamiento absoluto. Publico, luego existo. Insisto. El acto social repetido es

un acto rentable; de hecho, resulta rentable porque también es controlable y beneficioso para el modelo impuesto por el capital. Repetición. Control. Beneficio (y).

Si lo ponemos en perspectiva con la Red Internacional de Cassettes, de la que hemos hablado anteriormente, encontramos que estas plataformas corporativas “online” se hacen con el patrimonio musical contemporáneo ofreciendo únicamente sus servicios, sus “libertades”, sus posibilidades. Esto no era posible en el formato físico, con los cassettes. Impensable. Ninguna compañía de fabricación de cassettes ofreció la distribución de una creación musical con la condición de que la obra pasara a formar parte del archivo de la empresa, evidentemente, junto a sus derechos de reproducción, edición y difusión. Imposible. No es análogo. Hoy, las empresas poseen el alojamiento y la distribución “online”. Todo en el mismo medio. Todo al mismo tiempo. Esto les otorga más poder para ofrecer de manera, oculta, no sin perversión, sus grandes servicios, alienantes, llenos de promesas de libertad y de éxito. El mismo sistema, el mismo, se repite: los músicos crean gratuitamente esperando algún día que las promesas de éxito se hagan realidad. Esta situación no es nueva, ocurrió con anterioridad, una y otra vez, por ejemplo, con los músicos de jazz; su música comenzó a ser grabada, publicada y distribuida por la industria musical a cambio de ser grabados, publicados y distribuidos gratuitamente. De esta manera, el beneficio estaba en las posibilidades que aportaba implícitamente ser grabado, ser publicado y ser distribuido. Con suerte, su música se escucharía y podrían comenzar a obtener un beneficio económico directo, siempre que tuvieran éxito, lo cual evidentemente no sólo dependía de si la música era buena o mala, ni mucho menos, sino del programa que los agentes que conforman la industria musical establecen según sus propios intereses. En algunos casos, desgraciadamente los más afortunados, eran pagados malamente por sus composiciones, sobre las cuales perdían todos sus derechos que pasaban a manos de los editores, una vez más.

Aunque actualmente la mayoría de estas plataformas no extirpan los derechos de autor sobre las creaciones, de manera directa y evidente, lo hacen siempre después de que aceptemos sus términos y sus condiciones para disfrutar de sus servicios. Si miramos hacia atrás, en la corta, pero intensa, historia de estos supuestos “netlabels”, corporativizados, los abusos se han sucedido sucesivamente; hasta que las corporaciones han encontrado un sistema perverso y menos evidente que les permite rentabilizar el uso de sus plataformas. Estos servicios, históricamente, no lo olvidemos, han reclamado en los tribunales, en numerosas ocasiones, los derechos de autor de algunas composiciones, publicadas previamente a través de su red, porque fueron posteriormente publicadas físicamente por sellos discográficos. Aceptar, definitivamente, es someterse. Las

condiciones que aceptaban los usuarios de esta red de músicos, mi espacio, implicaba perder los derechos sobre las obras subidas a sus servidores. Esta vez sí de forma directa. Los beneficios de tener una mayor visibilidad, en su red, justificaba, según ellos, la pérdida de todos los derechos como creador. La red, la visibilidad, las visitas, siguió creciendo, pero no las escuchas, y menos las escuchas con atención, especie en peligro de extinción. Somos más visibles, sí, pero no necesariamente somos más escuchados, no. ¿Dónde, entonces, está la prioridad, en ser más visible, más social, más aceptado, más popular, más deseado, más descargado, más capitalizable, o en ser, sencillamente, escuchado?

Éstas son algunas de las consecuencias posibles, no en todos los casos, no en todas las personas, no en todos los “netlabels”, y que provienen de la aceptación de unas condiciones y de unos términos, jamás leídos, jamás cuestionados, que, sin lugar a dudas, nos someten, resignadamente, a la perpetuación de un sistema editorial anacrónico. Los nuevos esclavos somos los usuarios de servicios y aplicaciones gratuitas para una mayor productividad de nuestro tiempo, de nuestro tiempo “libre”.

El hiato convertido en apnea

Como dijo Tony Wilson en la película *24 Hour Party People* refiriéndose al cambio entre el formato de grupo musical, los creadores divinos subidos en un escenario y en posición frontal al público, y el seleccionador musical, el DJ, el *médium*, subido al púlpito e invisibilizado, suponen un cambio estético, formal y de situación de escucha. Estamos asistiendo como testigos a un momento histórico de cambio, un momento clave, un hiato:

“La historia de la música popular es como una doble hélice. Son dos olas que se entrelazan. Cuando una ola hace así, la otra hace así. Tenemos dos olas que hacen esto. Una hace así, y la otra así. Cuando un movimiento musical desciende, el otro asciende. Ahora estamos en una especie de encrucijada, como un hiato”.

Este hiato, en el caso de los “netlabels”, no es aplicable únicamente a un momento de cambio en el estilo musical, refiriéndose a un cambio estético, sino más profundamente a la esencia de su actividad. Muchos sabemos que lo que hoy nos venden como tales no son más que versiones perversas, capitalistas y neoliberales de un formato originalmente concebido como liberador de la industria musical y de sus cánones. Resulta irónico que hayan sido precisamente estos servicios gratuitos “online”, para la

socialización de las creaciones sonoras ofrecidos por corporaciones, los responsables de la muerte anunciada de los “netlabels”. La ironía del capitalismo ha adoptado también la forma de “netlabel”. Este hiato, convertido ahora en una apnea, contiene, en esencia, una pequeña muerte y al mismo tiempo un nuevo renacer.

El nuevo renacimiento

No hay una reconciliación posible en la batalla interna de los “netlabels” que comenzó en el momento en el que los modelos de la industria musical se reflejaron en ellos. Curiosamente estas plataformas en red propusieron desde el principio un modelo que permitía compartir igual y no lucrarse con la distribución. El conflicto está servido. Muchas de las personas involucradas han debatido abiertamente sobre la necesidad de establecer una definición clara sobre el término “netlabel”¹⁴. No hubo éxito. La variedad de posibilidades y opiniones al respecto no permiten establecer tampoco un consenso. Seguramente uno de los motivos por los cuales el término es tan líquido y escapa a su definición es porque no existe un modelo de “netlabel”. Las diferencias reinan por doquier. Los “netlabels” proponen la variedad, la heterogeneidad y la diferencia como modelo¹⁵. Mientras que la industria impone su homogeneidad.

El cuerpo de la muerte no es sino el aliento de las corporaciones, donde nada escapa a ser publicado, controlado, que no escuchado. La historia de los formatos nos reitera que las muertes no son más que parte de un nuevo nacimiento, de un resurgir, de una dimensión que queda atrás, olvidada entre tanta novedad, entre el ruido controlado del espectáculo. En silencio, el antiguo formato pone en valor su esencia, sus características propias, sus particularidades, sus diferencias, sacrificando lo que no le es propio, lo ajeno. Una limpieza necesaria para el resurgir de los formatos olvidados y despreciados por el mercado.

En esencia, el cambio entre formatos ha propiciado el resurgir de los mismos problemas entre la música y el capital. Por tanto, no podemos obviar la relación entre los “netlabels” y la industria musical. La desaparición de los primeros parece ser un hecho desde hace algún tiempo, sobre todo si atendemos a las estadísticas de los últimos años en las cuales se puede leer un cambio. Éstas indican que la creación de las plataformas independientes de publicación de música “online” ha decrecido considerablemente, mientras que la publicación musical “online” en los dominios corporativos ha aumentado exponencialmente. A más identidad corporativa menos “netlabels”.

Ahora, podemos certificar que el debate se ha trasladado a un

¹⁴ En Agosto de 2009, Audiolab organizó en Arteleku (San Sebastián, Gipuzkoa) un encuentro de Netlabels que se denominó “Netlabels: Música enredada”. A este encuentro, de una semana de duración, acudieron varios “netlabels”, artistas sonoros y comisarios que pusieron de relieve la indefinición del término y la incapacidad de llegar a un consenso en la definición del mismo. Esta cuestión de la definición, o más bien indefinición, fue atendida públicamente por David Domingo de “netaudio.es”, plataforma que ha promocionado durante siete años la cultura “netlabel” y que actualmente se encuentra en un cese de actividades. Pese a ello, podemos encontrar el post publicado por David en el siguiente enlace: <http://www.animattek.net/2009/09/reflexion-que-es-un-netlabel/> y que recoge bien la situación de aquel momento en la cual el consenso no era posible.

¹⁵ Existe un manual Netlabel a modo de guía práctica para la creación de “netlabels”, publicado por

terreno más fructífero (z), donde no es necesario hablar de lo que es o no es un “netlabel”, de sus definiciones o de sus límites. El debate se centra ahora en si éste ha muerto o no, lo cual indica que estamos ante un nuevo punto de inflexión. Estamos ante un cambio, un cruce de tendencias e inercias. Ese hiato del que hablábamos antes es la solución de continuidad, la interrupción o la separación espacial o temporal de la actividad. Por lo tanto, se abre un nuevo escenario lleno de posibilidades que hacen que el “netlabel” esté ante un momento histórico: su renacimiento.

NOTAS FINALES DE LA A LA Z

(a) “¿Quién pensó alguna vez que estaba escribiendo algo más que no fuera ficción?” - Michel Foucault.

(b) La primera definición de la palabra “Netlabel” en la Wikipedia data del 26 de enero de 2004, publicada por Phlow.net [<http://phlow.net/>], dice así: “A netlabel, also called online label, web label, mp3 label, distributes its music in digital formats on the web. It works like a classic record label with the only difference, that there are actually no hardware releases like vinyl or cd available”. La definición completa y los enlaces correspondientes están disponibles en el siguiente enlace: [<http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Netlabel&oldid=2234467>]. La última actualización de la definición de la palabra “Netlabel” en la Wikipedia data del 21 de septiembre de 2014, publicada por 75.71.169.189, dice así: “A netlabel (also online label, web label, digi label, MP3 label or download label) is a record label that distributes its music through digital audio formats (such as MP3, Ogg Vorbis, FLAC, or WAV) over the Internet. While similar to traditional record labels in many respects, netlabels typically emphasize free distribution online, often under licenses that encourage works to be shared (e.g., Creative Commons licenses), and artists often retain copyright. Netlabels may have a considerably lower staff count than traditional record labels, in some instances being only a single individual in control of his/her music, maintaining sole ownership. Physical LPs, for example, are rarely produced by a netlabel, relying entirely on digital distribution and means of the Internet to provide the product. Having no physical product makes the running costs of a netlabel considerably less than a traditional record label and some netlabels have abandoned any financial model altogether and instead, running the netlabel as a hobby. Some employ guerrilla marketing to promote their work”. La definición completa y los enlaces correspondientes están disponibles en el siguiente enlace: <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Netlabel&oldid=626470004>

el “netlabel addsensor” en 2010 y disponible en el siguiente enlace: http://addsensor.com/referencias/addSensor018/addsensor018_ManualNetlabel.pdf. Este manual no es un modelo a seguir, sino un conjunto de sabias recomendaciones prácticas o de posibilidades para la creación de un netlabel, sin ansiados o pretendidos éxitos. Este modesto documento supuso, en el momento de su publicación, una gran aportación a la comunidad, porque aclaró algunos conceptos que entonces no estaban tan claros y que hoy tenemos más asimilados.

(c) "But wasn't radio broadcast the first dematerialization of music? (...) By dematerialization in radio broadcast, I obviously refer to a lack of an additional physical medium for the listener (the record). Radio broadcast of recorded material was typically produced from physical records and then, later on, from tapes. The equivalents of today are, of course, the hard disks and servers for the online dematerialization of music" - Francisco López. "Music Dematerialized?" publicado por Carvalhais, Miguel y Pedro Tudela (eds.) (2014). *Mono #2 - Cochlear Poetics: Writings on Music and Sound Arts*. Porto: i2ADS; y disponible "online" en el siguiente enlace: <http://www.researchcatalogue.net/view/87923/87924>

(d) "In terms of ownership, when the "original" is digital and non-representational, any listener with a "copy" has exactly the same thing as the composer/artist" - Francisco López. "Music Dematerialized?" publicado por Carvalhais, Miguel y Pedro Tudela (eds.) (2014). *Mono #2 - Cochlear Poetics: Writings on Music and Sound Arts*. Porto: i2ADS; y disponible online en el siguiente enlace: <http://www.researchcatalogue.net/view/87923/87924>

(e) "Tu seguridad es nuestro compromiso" - Anónimo corporativo.

(f) "Tres días después de estos acontecimientos, los estadounidenses no tienen todavía la distancia de la historia. Pero nuestra responsabilidad con la historia ya está clara: dar respuesta a estos ataques y liberar al mundo del mal. La guerra se ha librado contra nosotros por el sigilo y el engaño y asesinato. Esta nación es pacífica, pero feroz cuando se agita la ira. El conflicto se inició según el calendario y las condiciones de otros. Terminará del modo y en la hora que nosotros elijamos. "Just three days removed from these events, Americans do not yet have the distance of history. But our responsibility to history is already clear: to answer these attacks and rid the world of evil. War has been waged against us by stealth and deceit and murder. This nation is peaceful, but fierce when stirred to anger. The conflict was begun on the timing and terms of others. It will end in a way, and at an hour, of our choosing". Discurso pronunciado por el Presidente de EEUU, George W. Bush en Washington, D.C. el 14 de septiembre de 2001, donde usa el mismo argumento que han usado Jesús, Lenin, Darth Vader y las SGAE: "Estás conmigo o estás en mi contra" - Para más información invitamos visitar el siguiente enlace: http://es.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A1s_conmigo_o_est%C3%A1s_contra_m%C3%AD

(g) "Las prácticas jurídicas (no las tecnológicas) de las empresas digitales que imponen a sus clientes condiciones leoninas nos muestran una vez más hasta qué punto la cultura digital es en su

mayoría un servicio de “low cost” (con los mismos vicios de las aerolíneas así etiquetadas) cuyo comportamiento económico no puede disimular sus muchos defectos con la supuesta brillantez de sus tecnologías”. - José Luís Pardo. Cita extraída del siguiente artículo publicado por El País: http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/11/actualidad/1347386518_629455.html

(h) El uso de la sospecha como prevención de un acto delictivo se ha extendido desde los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York donde se evidenció un fallo en la seguridad de los EEUU; desde entonces se ha desarrollado un plan estratégico de seguridad a nivel mundial basado en la prevención del delito y en la identificación del sospechoso. Destaca el texto titulado *Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism* (USA PATRIOT ACT) Act of 2001 (trad. “Uniendo y Fortaleciendo a los Estados Unidos dotándoles de los instrumentos apropiados necesarios para interceptar y obstruir el Terrorismo”) y disponible en este enlace: <http://epic.org/privacy/terrorism/hr3162.html>

(i) “Creemos muchas cosas que podríamos cuestionar: (...) que la música son canciones; que en el silencio no se escucha nada; que adquirir discos cuesta dinero. (...) “This is the end, beautiful friend” desmiente todas estas generalidades. (...) Un regalo para aprender a leer entre líneas” - Elena Cabrera.

(j) “Esta posibilidad acompaña como una sombra a cada cual y cambia su tipo de vida; porque (y ésta es otra definición elemental muy conocida en la matemática existencial) cada nueva posibilidad de la existencia, incluso la menos probable, transforma la existencia entera” - Milan Kundera.

(k) “Los medios de comunicación han acostumbrado a ciertos sectores sociales a escuchar lo que ‘halaga los oídos’” - Juan Pablo II.

(l) “Las condiciones de posibilidad de la experiencia en general constituyen, a la vez, las condiciones de posibilidad de los objetos de la experiencia” - Immanuel Kant.

(m) “La música es sinónimo de libertad, de tocar lo que quieras y como quieras, siempre que sea bueno y tenga pasión, que la música sea el alimento del amor” - Kurt Cobain.

(n) “El amor es un cassette que debe escucharse por los dos lados” - Anónimo.

(o) “El amor es como una canción, si la escuchas mucho te fastidia” - Anónimo.

(p) “La libertad es la condición ontológica de la ética; pero la ética es la forma reflexiva que adopta la libertad” - Michel Foucault.

(q) “Es extraordinario lo potente que es la mala música” - Noel Coward.

(r) “Recuerda que el tiempo es dinero” - Benjamin Franklin.

(s) “O como reza el refrán: Lo bueno, si breve, dos veces bueno” - Anónimo.

(t) “En esa gratuidad inicia al hombre el evangelio cuando, a ejemplo de Dios, le invita a sentar a su mesa a los que no podrán devolverle la invitación” - La religión en los albores del siglo XXI – VV.AA.

(u) “Information doesn’t want to be free; only the transmission of information wants to be free. Information, like culture, is the result of a labor and devotion, investment and risk; it has a value. And nothing will lead to a more deafening cultural silence than ignoring that value and celebrating ... [companies like] Napster running amok” - Edward Rothstein, publicado por New York Times.

(v) “La razón de Estado. Ésta se caracteriza por concentrar todas las prácticas sociales, potenciar la vida, garantizar la utilización óptima de los recursos, y ejercer una adecuada administración de la población con el fin de crear las condiciones para (...) ejercitar una política de control sobre las instituciones sociales, sobre los recursos naturales y, por encima de todo, sobre la vida de los súbditos, de tal forma que garanticen la centralización del poder y el crecimiento económico” - Immanuel Kant.

(w) “No hay mejor antídoto contra el futuro distópico que la propia difusión de la distopía” - Marc Pastor.

(x) “En cuanto al poder disciplinario, se ejerce haciéndose invisible; en cambio impone a aquellos a quienes somete un principio de visibilidad obligatorio” - Michel Foucault.

(y) “Quien sea capaz de diseñar y hacer funcionar en un sentido u otro el proceso de comunicación socializado –la comunicación que pueda llegar a todo el mundo– tiene una de las claves del poder” - Manuel Castells.

(z) “Una cultura sólo se plantea aquellos problemas que están en condiciones de resolver” - Michel Foucault.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

Attali, Jacques. *Noise. The Political Economy of Music*. Minnesota, University Press, 1977.

Benjamin, Walter. "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction". En: *Walter Benjamin, Illuminations: Essays and Reflections*. New York, Schocken Books, 1969, pp. 217-252.

Foucault, Michel and Carrette, Jeremy. *Religion and Culture*. Manchester, University Press, 1999.

Foucault, Michel. *Vigilar y castigar, nacimiento de la prisión*. Ed. Buenos Aires, Siglo XXI, 2002.

Galuszka, Patryk (2012). "The rise of the nonprofit popular music sector: the case of netlabels". En: *Music, Business and Law: essays on contemporary trends in the music industry*. <http://iipc.utu.fi/MBL/Galuszka.pdf>

Galuszka, Patryk (2009). "Research on Netlabels". http://phlow-magazine.com/wp-content/uploads/research_on_netlabels_by_patryk_galuszka_cc-by-nc-sa.pdf

Hartmann, Björn". "Netlabels and the Adoption of Creative Commons Licensing in the Online Electronic Music Community". En: Bourcier, Danièle et al. (eds.). *International Commons at the Digital Age*. Paris, Romillat, 2004.

Lessig, Lawrence. *Free Culture*. New York, Penguin Press, 2004.

Lovink, Geert (2005). "The Principle of Networking: Concepts in Critical Internet Culture". En: <http://www.hva.nl/lectoraten/documenten/ol09-050224-lovink.pdf>

Sterne, Jonathan. *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction*. Durham, Duke University Press, 2003.

Sterne, Jonathan. *MP3: The Meaning of a Format*. Durham, Duke University Press, 2012.

Timmers, Bram (2005) "Netlabels and Open Content: Making the Next Step Towards Extended Cultural Production". En: www.c3.hu/~bram/Netlabels_and_Open_Content.pdf

* Imagen de portada del artículo: Captura de pantalla del estado actual, a día 20 de octubre de 2014, de la antigua URL del netlabel “La Escucha Atenta Ediciones”. Este dominio propio acogió el catálogo del netlabel del mismo nombre y que en la actualidad está alojado en el subdominio de bandcamp.

<http://laediciones.net/>

<https://laescuchaatentaediciones.bandcamp.com/>

Esta imagen representa la transición, la migración, sino el éxodo, de los netlabels con dominio propio a un subdominio ofrecido por una empresa o corporación. Esta imagen fue elegida, de entre otras muchas posibles, por el significado del mensaje que ahora aparece, casualmente, en el citado dominio, “A place for my thoughts”, y que en español se traduce por “Un lugar para mis pensamientos”. Este lugar, para mis pensamientos, es el lugar de este texto.



Licencia: Dominio público

They just don't have it.


Mikel R. Nieto

October 20, 2014, in the Galapagos Islands (Ecuador)

A place for my thoughts

Types of luggage sets and features

March 23, 2014 by keaco



There are different types of luggage sets which will let you carry various kinds of items and maintain style as well. You will be well organized by going for the most appropriate luggage set. It is possible to select luggage sets as per your personality and all items will be in well secured condition. Luggage sets are available in various budgets, sizes and shapes. There are large as well as small luggage sets. If you are aware of different kinds of luggage sets, you will be able to select the right kind of luggage set to your requirements.

Factors that affect the selection of a luggage set

Recent Posts

- [Weight Loss Package Guide](#)
- [The best ways to Ensure Baby Gets His Best Sleep And Avert Sudden Infant Death Syndrome](#)
- [A Simple Analysis Of Picking Out Primary Aspects For Whyhe About Christian Dating](#)
- [Fat Loss 4 Idiots As A Fast Weight Loss Diet – Hold Your Expectation](#)
- [Fat Loss 4 Idiots As A Fast Weight Loss Diet – Hold Your Expectation](#)

Talking about music is a succession of battles; it's an entire war; every battle is an attempt to define the unattainable, the unfathomable part of the human being. Every war is a war lost, in advance; writing about music is definitely not practical, it is an internal struggle in text form. Music is not written, it is inscribed in our memory, by perception, by listening. Why write about music, then, if it alone describes itself? It is engraved in our experience, in our perception, in our hearing, in our memory. *In memoriam*. Writing about music is a tribute, in the past, in the present without a future. Then, when I take a book and read a text that tells me about music, I listen, I appreciate it; especially because I feel reflected, within human limitation, to describe the indescribable, beyond perception, beyond our limits. (a)¹ A reality. One possible fiction. Or two or three.

We try to meet its terms, its borders, its limits, to understand it, to think it. We limit ourselves to thinking; we think of limiting it, narrowing it, marginalizing it, finishing it, but do not conceive that its boundaries are our own limits: the limits of our perception. We project onto music all our possibilities, all our knowledge, the condition of possibility, in the same way that our projections about the unknown are based upon what was previously known. There is nothing new. We can imagine what it is; but it is in the act, in the act of listening, where absolutely all of our thoughts vanish. We listen.

¹ (a) – The letters stand for quotations from other authors that accompany the text, located at the end.
 (1) – The numbers are for the footnotes.

We listen to the other, not without passion, not without desire. We listen to ourselves, not without pain, not without remedy. We listen without thinking; but we do not think without listening. We hear. We listen to our thoughts, our lyrics, our texts, our readings. We read, abstracting the words of the text, without realizing that our listening is never exhausted. It is inevitable to surrender to it, listening, without condition, without redemption, without remedy. Drowning.

We still believe that we can define music, but it is music that defines us, our societies, our politics, our worldviews. There is nothing in it that does not reflect who we are, reflections, Narcissus. Look into the water, into infinity, into the waves that modulate the reality we know; enter into the unknown. Listen. Let us be brave, for a moment, let us look at the reflection, let us recognize the music that exists in the depths. That music that calls us from afar. That music that touches us, in silence, that we frame, we produce, we sell. That music, that product, is a lie. Music, for someone who loves it unconditionally, hopelessly, is pain, is passion, is desire. Music whispers in our ear what we do not want to hear, tells us what is to come. Music is our omen. Or two or three.

This text does not intend to talk about music; simply, it does not intend to do anything. This text is a collection of more or less organized thoughts, ideas and sketches. Reflections. Subjectivities. Collectives. This text has been *a place for my thoughts*. This text is definitely not a list, nor is it a collection. Neither. Any coincidence with real life is pure coincidence. This text is not to read, but to hear. This text is a tribute to all netlabels, to all projects that have grown and have made us grow with them. Thanks to them we now have a reason to write and read this text. Or two or three.

The dissipation of the term (b)

There is an etymological relation² between the word 'netlabel' and 'record labels'³. This relation, a priori, leads us to believe that physical labels were adapted to the online digital format, resulting in netlabels. Nothing could be further from the truth. Netlabels are not just the result of a change in format between the physical and digital; they are not the binary children of CDs. Netlabels are not a new format. The essence of netlabels is not in the format but in the activity of exchange and its norms. The word 'netlabel' is more complex than it may seem; if we really wish to understand what a netlabel is we must know some details of its short but intense history: what historical references influenced it, what agents were involved, what relations arose within the music industry, what issues were raised and from what perspective. In this sense, interpretations of what is or is not a netlabel are not innocent. It is up to us to find in netlabels something more than just a system

² The word 'netlabel' is of Anglo-Saxon origin and consists of two terms: first, 'net' which refers to the word 'network' or 'red' in Spanish, and that relates to a decentralized set of communication networks interconnected using different protocols, i.e., what is commonly referred to as the Internet; on the other hand, the translation to Spanish of the noun 'label' could be misleading, since it could be translated as

of music distribution on the Internet because in their idiosyncrasies lies a harbinger of the changes that will subsequently be established in society. It depends on us.

Today, the definition of the word 'netlabel' remains open. The possibility of finding a definition that pleases everyone involved has become exhausting, and the interpretation of the term 'netlabel' as an adaptation or a format change is insufficient, since this amnesic definition doesn't consider the variety of possible and existing interpretations. The enthusiasm for sharing creations, and the motivation that this generates, have been the driving force behind the creation of these autonomous networks. This action has allowed grassroots growth of a community with common interests far removed from capital, regulation, control and power. The foundations of netlabels are simply different. Based on the desire to share musical creations without any pretense or economic pressure, netlabels are evidence that an autonomous system of creation without apparent regulation is able to establish a new regime outside the range established by the market. Their labour differs from the models of capitalist work; they are independent of capital. Netlabels were established autonomously, without regulation or authorization or authority.

The network defines itself, in the process, in its own lack of definition. The term 'netlabel' has dissipated. The origin of this dissipation is in two issues that affected both netlabels and the music industry and have become apparent during the transition between formats. On the one hand, the economic matters involved in the consumption of publications and, on the other, the distribution licensing of publications. Both issues mined the ground. The consequences were different for netlabels and the music industry: for netlabels, an autonomous system of unregulated creation where the debate remains open and constantly growing, whose goal is not to be a product but a process of creation; while in the case of the music industry, the wound was closed as soon as possible so that market restructuring could be immediate and so could capital recovery. This war on two fronts has been open for years, in which fighting has been raging between those who were closer to the music industry and those who wanted to differentiate from it radically. The discussion remains open in order to find which aspects define their identity, closer to or farther from the model proposed by the music industry, by capital. But how can we differentiate a netlabel if we cannot define it? How is it possible that netlabels have died if we have not yet managed to define them? Is the dissipation of an indefinite term possible? In this sense, this text does not intend to establish a definition of 'netlabel' but try to understand its practice: I do not want to think what a netlabel *is*; I want to think *through* it.

The term 'netlabel' conceals political aspects in its publications that serve as an ideological motor for each decision. Aesthetic

'seal' or 'tag', which implies an internationally recognized standard. The sum of two terms, 'net' and 'label' is usually translated into Spanish as '*sello de discos en internet*' ('online record label'), where we should distinguish between the website of a record label on the Internet and a website where music is distributed on the network. The first has a physical analogue version and the second does not. If we interpret the term as a 'online record label' we are referring to the music industry adapted to the network. However, if we understand the word 'netlabel' as a platform for online music distribution we can understand that there is a desire to share one's own sound creations or those of others through the Internet, which is outside the standards of the music industry and does not follow any market model.

³ The Napster case is paradigmatic: a group of enthusiasts created a communication network that allowed sharing music files between users. The network began to grow until it reached the ears of the music industry, which, with Metallica and Dr. Dre at the helm, decided to sue the creators of the network. Shortly after, Napster became another platform for promoting artists in the music industry and Metallica published some online work trying to emulate the viral effect of the Napster network.

considerations, content and times are decisions that indicate obvious differences between netlabels and *converted* commercial physical labels. The word 'netlabel' interpreted from simple etymological logic does not reveal all the depth and complexity that it possesses. The most important aspect of netlabels is the network, a web of communication to share sound creations. Therefore, it is worth considering that the network is what defines the netlabel and not the medium it uses, or the format it has. The network is what has allowed creators to share their creations for the benefit of their knowledge, enriching themselves as creators. This is their label: the network as label. If we put this issue in perspective, we see that in the 1980s this exchange already existed within the cassette underground, which no one named 'cassette-label', but, originally, the International Cassette Network. Its members had no greater purpose than to share and hear their creations. There was no commercial zeal. Nor was collecting possible, it could not be completed, it was simply too vast. There was no complete catalogue of numbered creations. They were not products, it was a network of creators, from creator to creator.

The avant-garde of the industry

Let me stress that the networks, netlabels and the International Cassette Network, have remained outside of the music industry, capital, control and power; and this marginalization is suitable to autonomous systems of music creation and distribution that have no need of a regulation or standardization nor a definition. The members of the network are the ones who set the rules: meritocracy has been the system used to define the value of the content of the creations and their forms. The networks' members are the ones who establish their validity and value. The value, growth and opportunities reside in the horizontal exchange between creators. As history has shown, this autonomous system of network creation shook the standards of music consumption and simultaneously showed the steps to follow (2). Music, or rather the sound of music, overtook social change, and guided it. Jacques Attali knew this well and described it well in his book 'Noise'.

'Today, it is unavoidable, as if, in a world now devoid of meaning, a background noise were increasingly necessary to give people a sense of security. And today, wherever there is music, there is money. (...) Music, an immaterial pleasure turned commodity, now heralds a society of the sign, of the immaterial up for sale, of the social relation unified in money. It heralds, for it is prophetic.'

This marginalization, or rather avant-garde, in which netlabels grew and developed became a model for the music industry. The change to the binary system meant a questioning at the heart of the music industry, but not so for exchange networks between creators. The netlabels did not need to adapt; they themselves adapted the means, the code, and they succeeded with the available means, putting them at their service. They found pathways, protocols, to communicate and share information. Their growth and expansion were based on personal and social satisfaction produced by the act of sharing. This flow of information, communication and creation is vital in a process of constant growth where the knowledge of the other is as important and valid as one's own. Once again, feedback in the network is essential in a horizontal and delocalized landscape.

File defragmentation (c)

The needs of netlabels and the music industry were born at different times, from different sources and different cycles. Their history, therefore, is also different. The comfort in which the music market lived in its physical format postponed any changes until they had become inevitable and economically necessary. Music had moved ahead. The record industry took inspiration from the independent platforms which had previously appeared. The time for change had come. They quickly bought the code, established their own economic policies of neoliberal capitalism and saw their power flourish again. The industry incorporated both the revolutionary and the marginal into their system, expanding their profiles and cashing in on the conflict. All resistance is profitable and all opposition becomes a source of earnings and inspiration for capitalism. The music industry cannot afford to stop making money, so it also capitalized on the process of change.

The power structures of the music industry adapted to the new, socially consumed formats. They capitalized on their popularity and their results, socialization and sociability. They bought the decentralized platforms popularly used to share music files. The system based on decentralized networks, from port to port (peer to peer or P2P) was the starting point for sharing music files between the first Internet natives. The empire of the music industry in the digital world was born using these platforms, incorporating a payment for rights. Paying entitles users to a play – exclusive, personalized and profiled – or to a high quality, high-class play.

The possibilities of the Internet began to flow and the music industry jumped at the opportunity. Users started paying intermediaries, new publishers, as it has always been. In short, the methods, processes and strategies used by netlabels and traditional

record labels are different even though both use the same media through which information travels: ones and zeros. The differences are profound in their foundations, in their policies; these differences provoked debate and general confusion. Neither the public nor some musicians knew what was happening, what position to take or which front to fight on. A battle ensued that demonstrated the principles of the two models. The netlabels do not seek direct economic benefits: they do not sell products; the word 'market' is not in their vocabulary. However, the music industry perpetuates and enforces the need to capitalize on musical creation and the social relations that music provides, as well as its publishing and reproduction; for the first time in history, they centralized power in a socialized medium that allows production, distribution and consumption, all at the same time.

The socialization of the media preceded the creation and spread of music distribution networks. Socialized media allowed more immediate communication and the possibilities grew over time. Users opened their collections to the world and the world became sound. Shared folders were an inexhaustible source of files and their possibilities multiplied exponentially. The revolution of the digital age was in cloned bits of information. Files were equal to each other. Every bit was equal to its neighbour and both had the same value. The copy exceeded the original. The same bits were distributed to generate the same music in different parts of the world. A new radio, without a tangible body, was born in sin. (d)

The necessity of conflict (e)

Internet music began to take shape, to be present, to fade in fragmented bits and scattered to different players in different parts of the world. Originals and copies began to resemble each other, to become identical: at the binary level they contain the same data, the same bits of information; there is no difference between the original and the copy. So, the music industry decided to use this scenario to highlight the vulnerable situation in which they find their concepts concerning intellectual property and copyright. They used their ability to be omnipresent through the media with the aim of strengthening among the social mass the concepts and the specific terms of a war. A strong dialectic and fierce strategy always add allies: *point to the enemy and atomize the conflict*. (f) The result: the *pirate* is the enemy to fight, all together. Neutrality is not possible. Rights are being violated. Digital crime is born. According to them, the music industry was being unfairly attacked by millions of users because none of them paid their fees. Habits had changed, but the licences remain the same: profits for publishers and intermediaries.⁴ Today, we still suffer the consequences of a fragmented and

⁴ Lars Ulrich, drummer of the popular heavy-metal group Metallica and visible face throughout the lawsuit against Napster, offered

unresolved debate that governments and copyright management companies have established in their own interests.⁵ Fragmenting the debate and preventing it from taking place makes it possible to reap profits indefinitely; wars and crises are a good example of this: they are a good opportunity for making money and gaining strength, especially during the process of change.

The opportunities offered by 'new technologies', as discussed below, imply acceptance of an invisible war scenario. The battle for the defence of copyright assumes a sense of ownership of the work that must be protected and safeguarded. Intellectual property is an outdated concept that establishes a monopoly for printers and publishers, excluding the authors of the works from having control over the printed work and its use. Do not forget that the idea of authorship assumes us to be creators of an original, new content, which, at least, is questionable. Is there possibly any original work separate from any possible previous reference? There is no creation without imitation. Every work is a result of the flow of knowledge and therefore is part of human knowledge. The right question is: what creation is not in the public domain? The concepts of authorship and intellectual property, both used in industrial patents and cultural creations, benefit middlemen who make sure that their rights are respected through the payment of the fees that they set themselves. Governments and copyright collectives use terminology suited for interpretation that is consistent, according to them, with the rules and laws that they themselves have previously established in their own interests. Obviously. These interpretations of culture and its transmission turn us, ideally, into authors, creators and owners, special beings, almost divine, with the ability to create completely from scratch. Now, despite being almost divine beings, according to them, we require the defence of a property that, in practice, is not actually ours, fortunately.

In the same way, and the same instant that there is an effort to defend a property, a security system exists that protects and enforces the law on offenders as well as suspects. In many cases, the direct application of security systems is based on suspicion and prevention. Who is potentially a suspect of breaking the law? All users with digital storage devices, i.e., everyone. We are all suspects. Everyone can copy, we can all share, and above all, we can all do it without having to pay a tax for it. This is the problem, this is their problem. With this pretext, based on security and prevention, a compulsory fee was established for all digital hardware which allow file sharing. The result is that the user becomes potentially guilty of copyright violation and needs to pay a fine, or at least compensation for those who do break the law. This discourse leads to the implementation of a security policy whereby everyone is guilty until proven innocent: currently, platforms that allow free publishing of

numerous press conferences and led numerous mass public events where he expressed his opinion about failing to receive a percentage of money for the exchange of Metallica music files between users: 'The argument I hear a lot, that "music should be free", must then mean that musicians should work for free. Nobody else works for free. Why should musicians?'

⁵ The debate raised by some governments, such as the Spanish government, and by copyright and editorial rights management companies harks back to earlier times full of social injustices and abuses of power. Currently, the strategy is to maintain control over the power structures and the media for efficient manipulation of public opinion on an issue raised using a not-so-innocent dialectic: the pirates are those who do not pay the fees officially established as appropriate. There are no privateers, no. There are only pirates – and it's not them. In fact, when Spain's copyright collecting agency, SGAE, have been referred to as pirates, they have felt defamed and filed lawsuits for 'damage to reputation', as happened after an article published in 2007 by Trebor Escargot.

sound files apply rules, much like airports do, under which we have to prove we are not guilty of a future offense. This security policy, typical of repressive systems, allows them to offer 'greater security' to the user in exchange for accepting conditions of use that are at least questionable if not quite possibly abusive, arguing, always, that it is for our own safety. (g)

The dictatorship of suspicion (h)

There is a paradigmatic case in the world of netlabels which clearly shows the contradictions of this control system and its possible interpretations. The artist Anki Toner, a.k.a. 'file under toner', published a series of songs created from the silences that vinyl records have at the beginning, end and between songs. These supposed silences were amplified and modified to yield an album of 36 songs. The album, 'This is the end, beautiful friend', was published by the netlabel Hazard Records and licensed in the public domain on Internet Archive, offering free downloads.⁶ With this release the power of suspicion to impose censorship, by law and for security, became present. On September 29, 2010, Anki Toner's album was removed from Internet Archive servers for alleged 'violation of copyright'. Under this interpretation, the silences that are present by default on vinyl records are also copyrighted and therefore must also be respected, just like the songs published under the same copyright license.

This idea implies that in every record, each musician creates new works composed of silence to later separate his or her songs with. We all know that this does not happen: no composer writes several works a few seconds long containing only silence to separate their songs; nor is this work then performed, nor recorded, nor included physically on the record. These silences exist to give the ears a break, they are the doors that separate the spaces inhabited by the songs; they indicate the beginning and end of songs, the album and the music. These silences are not creations simply because they have not been proposed as such, as works, as pieces of music, as moments to listen to. However, censorship takes shape with prevention, silences are muted and loopholes are interpreted. The contradictions arise quickly: if no author has registered the musical scores of these works, composed of silence and only seconds long, what makes them the rightful owners of a non-property? If there is no record of intellectual property of these works, then neither can there exist, logically, any violation of intellectual property, in its own terms.

The situation that arose from this record demonstrates that the application of laws and their security systems take priority over common sense: the law can be applied even against all logic. Any

⁶ The album 'This is the end, beautiful friend' is available on Internet Archive at the following link: <https://archive.org/details/hr061b>

ensorship is justified by the common good, typical of a paternalistic, restrictive and controlling system. Imposing limits of creation is a sign of the desire to establish control over the boundaries of the world and what happens in it.

The manifesto of the Hazard Records netlabel, written in 1999, predicts the contradictions that would later become apparent in implementing a legislative anachronism on the activity of digital music and contemporary culture. The full manifesto is available on its website.⁷

Intellectual property is not only THEFT (like all property, said Proudhon), but ABUSE, a DISGRACE and tool of CENSORSHIP.

The copyright collecting agencies, of compulsory membership (in Spain, SGAE), do not defend the rights of the creator but the owners of the work (if not other, darker interests). These entities are a SCAM.

Therefore we launch the HAZARD RECORDS label under the following conditions:

HAZARD RECORDS albums will be published in CD-R (compatible with all CD players). By making the discs on demand, we eliminate fixed costs. This allows for making short runs without increasing the price of the discs. It is similar to the method used by cassette labels in the 80s.

(...)

Records published by HAZARD RECORDS are to be in the PUBLIC DOMAIN, i.e., free of COPYRIGHT. This applies both ways: neither do we care about the hypothetical or legal provenance of the content of our records nor will we question in any case its future use in other contexts. (Though we would appreciate being cited for it). We note however that for the same reason that we are not concerned about the legality of our records, we cannot be held responsible to any third parties that believe to have rights to the ideas contained in them, nor to any judges who might have to decide on the matter.

Using a similar work model to the cassette labels of the 80s is no accident. Proposing an updated version of this work model values the policies implicit in this model developed in previous decades. The approach taken by netlabel Hazard Records is commendable, as they have managed to see beyond the established discourse. (i)

Reproducing hopes (j)

As we can see, the emergence of new music-reproduction systems also produces new systems of power and control, and these always leave the creator on the outside; inevitably, it is the publishers and

⁷ The following link is the official website of Hazard Records: www.hazardrecords.org

managers who take over the power of music: they manage it, at the time it is performed and at the time it is reproduced. Possession of the medium, the format, the reproduction systems and distribution is a way to strengthen a system of control and power, as well as to establish new licenses and new terms that are in line, always, with their restrictive policies. If we look at the reproduction systems we shall see that they are accompanied, every so often, by new formats and new players that require us to invest our savings or our time in this hope-filled transition.

In this way, the music industry has procured a new form of reproduction every so often, a new standard, a new hope, even if they are detrimental to the quality of listening. In the digital format it is more evident than ever that the priority is not quality. The digital compression format par excellence, mp3, was created from a lossy algorithm that allows music to travel more lightly through the network. Its quality standards are reflected in its codes: the priority is not quality of listening, but the ability to share quickly and have more in less time. Currently established as a universal format for online digital music, mp3 is the extension of the omnipresence of the music industry who wrote the compression and decompression codes for digital music files which are currently the most widely used. (k) We must not forget that music reproduction is linked to its corresponding reproduction system, to a player, transmitter and receiver. This strategy has been repeated with each change of format, requiring users to acquire new players suitable to new formats. Thus, users' music collections also have to be bought again in line with the new format of the new player. The new formats are accompanied necessarily by new machines, new reproduction engines and new sales, as well as promises, possibilities and hopes.

Conditions of possibility (l)

New technologies and their possibilities provide new scenarios for thought and for neoliberal capitalism, where battles are fought for the power and control which is derived, in this case, from music and socialization. New technologies are presented with their ability to make us enjoy the illusion of freedom and success provided by new machines. The advertising campaigns of new technological devices essentially stress that our time will be more profitable and productive with new media; they will provide us, therefore, with better quality of life (but not better quality of listening), thanks to the new possibilities they bring about. The promises of greater freedom, greater productivity and greater success come hand in hand with new technologies. The promise of technology emphasizes the possibilities that we can develop because of them.

The formula for success they offer is increased productivity in less time, also including socializing as a productive and profitable act: the socialization of our successes increases our profitability in the world; we become potentially successful beings to the extent that we have greater opportunities to socialize our possessions, our achievements and even our downloads.

This idea of measuring success by the number of downloads, visits or sales has been applied since the beginnings of music reproduction. The number of sales indicates how successful a hit is. The number of visits to a webpage indicates the size of the potential audience that an artist can draw.⁸ We download, organize, number, measure, calibrate, annotate, but we most assuredly do not listen. In the digital domain there is no doubt that the number of downloads does not necessarily mean the number of listenings and it is in this quantitative difference between downloading and listening where the question of the ownership of the file arises – and its ability to regulate power. Evidence that downloads, understood as the ability to complete an entire music collection, are not inherent to netlabels was made clear in the proposal of a netlabel called 'bajarmusika.tk'. On February 23, 2011, the following post appeared in a collaborative portal for the dissemination of sound art⁹, where the authors of this netlabel anonymously made their proposal public:

*HELLO,
WE HAVE CREATED A LABEL FOR MUSIC YOU CAN
DOWNLOAD.
WWW.BAJARMUSICA.TK
WE UPLOAD EVERYTHING.
YOU ONLY HAVE TO SEND YOUR MUSIC TO THIS E-MAIL:
sellobajarmusica@gmail.com
IF YOU LIKE, DO NOT HESITATE TO FORWARD THIS MESSAGE
THANK YOU, LOVE TO ALL
[<http://www.artesonoro.org/archives/7303>]*

This ironic text was the public presentation of the netlabel 'bajarmusika.tk'; its simple proposal brought to light some important tensions in netlabels such as free media and the ability to upload and download all possible music online. These two aspects are found in the following three elements: first, the free domain '.tk' for the New Zealand archipelago of Tokelau, which allows people to create their own domain at no cost; second, the free hosting of files online made possible by Internet Archive servers; and third, the name of the netlabel, 'bajarmusika.tk' ('downloadmusik.tk') is also telling: the proposal is to upload 'everything' in order to make it all publicly available. The act of uploading and downloading music gains value simply because the media permit it, as well as allowing for amassing

⁸ For years the social network for musicians, Myspace, regulated the success of a musical group based on the visits that the group's page showed. Sales opportunities and the group's success were measured by the number of visits and not in terms of quality or group affinity within the space of representation. The priority: capital.

⁹ The collaborative portal referred to, for the dissemination of sound art, is: www.artesonoro.org

a complete body of the possible, of the finite. The free domain, the free web hosting and the name 'bajarmusika.tk' symbolize the radically enhanced possibilities offered by the media in the act of sharing and in the volume of what is shared. Its hallmark is the vertical movement of the file.

The disappearance of the curator

The important thing, clearly, is the ability to do it, the possibilities of the available resources, rather than the content or the discourse. In fact, the discourse is an apparent lack of discourse. The consequences of the act of publishing 'everything', or at least proposing to do so, is evidence of the desire for the disappearance of the curator, who curates the label by proposing a discourse, a line of publication, a coherent filter between the artist and the listener through the content. This problem is present from the moment in which there is not a mediator to tell us what publications to listen to: if there is no filter, nor a curator, neither is there discourse. In other words, if the premise is to publish 'everything', a curator is not necessary. We can publish 'everything', unfiltered, unfettered, without mediators or intermediaries, raw. If we are 'free' to publish 'everything', then why not do it?

Curators are no longer needed because the media allow doing without them, their tastes, their approaches and their discourse. But this apparent absence means that this curatorial work, or selection of content, is transferred to other actors, such as the artist, who creates, and the listener, who listens. They will both have the power of final decision on creation offered and the creation heard. The feigned disappearance occurs in a selection process between creator and listener, but the selection will continue to happen in both processes: publishing and listening. In addition, the disappearance of the curator is not complete; in 'bajarmusika.tk' it is a game of concealment that allows the transformation of the curator in a process of repetitive *ad infinitum* publication. The curator as an officer of file uploads, as a vertical content machine. A harbinger of what will later happen globally in corporate online publishing platforms. The invisibility of the filtering process, the purification process. This process, seemingly automatic, is anonymous. Nobody knows who it is and knowing does not matter either. But what is the point of uploading and downloading music with no apparent criteria and without an ethic governing the publication policy? The proposed netlabel 'bajarmusika.tk' revises the figure of the curator and begins to interpret it from an experimental perspective.

Music is synonymous with freedom (m)

As we shall later see, the music industry also incorporates this system of making curators invisible in online music publication platforms but with a very different goal: to give artist and listener a greater role, making services profitable, capitalizing on visits, popularity. If in the absence of a commissioner it is the artists and listeners who perform the tasks of sorting, filtering and purification, it emphasizes the need for ethics in relation to the volume of online publications. But is it necessary to select files from an endless sea of possible listenings? The answers are mixed, as with the International Network of Cassettes. The words of the artist Rafael Flores in this regard are very lucid:

*'By 1991 I'd had enough. The network became overwhelming. It became impossible to distinguish so many cassettes sent and received.'*¹⁰

¹⁰ The full interview with Rafael Flores is available at this link: <http://www.vice.com/es/read/de-red-en-red-806-v5n5>

This feeling of being overwhelmed would be repeated if not multiplied with the arrival of digital online formats. In fact, this inability to embrace 'everything' in listening would be grounds for charges against netlabel operators of having an excessively wide filter, an excessively open door. The curatorial work would be attacked for its absence. In this blog article by *eldino* we find a direct attack on netlabels for their inability to filter content publishing and the implications this has on the community:

*'The biggest part of netlabels out there publish tons of shit, they don't know or care a fuck about applying some quality filter to their releases. There is [not] any "firewall" between the demos they get in their inboxes and the releases they publish. That's why most part of netaudio scene sucks.'*¹¹ (o)

¹¹ The full article is available at the following link: <http://eldino.wordpress.com/2010/08/04/en-the-4th-secret-of-netlabels-slim-down-your-releases-and-make-your-catalogue-better/>

The idea that the volume of publications directly harms their quality and therefore also harms the so-called 'netlabel scene' makes a generalization that is unfair, as all generalizations are, about something completely subjective: the taste for music. Remember that the ultimate responsibility for what we hear comes, no doubt, from who chooses what to hear, from us, from our decision immediately prior to listening: the act of pressing a button and hearing what we have chosen cannot be disregarded in the least, therein lies the essential difference between music and noise. Your music is my noise; my music is your noise. The desire to get a sound to our ears is triggered at the same time as a song that we have chosen in a player. The final decision before listening is what matters: the user decides.

What we must learn from this inability to take in the entire

volume of publications is the difference in times, in the pace of our lives and the rate of publication. This situation reveals that netlabel publication rates far outpace a person's lifetime listening capacity: the time required to listen to netlabel publications is tremendously greater than a person's lifetime. We can deduce, on the one hand, that sound creations require time to be heard, and, on the other, the listening time necessary to make use of all the creations published in the netlabels transcends the time of our own lives. Lifetimes and netlabel times, for publication and for listening, are just different. The problem with playing music, either digital or analog, is twofold: first, we believe we need more time than we have in life to hear 'everything'; somehow when we see a music collection it awakens the desire to hear it, to embrace it, to possess it, but this desire is where the second problem begins: we do not fully take in the fact that the sound or music, with the implicit desire and curiosity to listen, transcends our own lifetimes.

The netlabel 'bajarmusica.tk' reminds us with these gestures that we are 'free' to publish it all, compulsively, without moderation, everything possible. There is a precedent, the 'desetxea' netlabel¹². Since its first publication in 2003 it has published about 200 records. This volume, a priori, could be readily manageable for listening to in a lifetime; however, the name of the netlabel, 'the house of waste' in Basque, does not encourage us to do so; the value of its publications is at a level one would expect of an obscenely bulimic policy of publication, without any apparent ethic. (p)

¹² The link to the netlabel 'desetxea' is as follows: <http://www.mattin.org/desetxea.html>

'Do whatever the fuck you want with this files' (SIC)

This is the proposition of the netlabel 'desetxea' directed by Basque sound artist Mattin, who intends to critically question the established systems in the scope of the practice of experimental music, both in publication and distribution licenses. With this sharp statement, he gives us absolute 'freedom' with the netlabel's publications as listeners and creators: *we can do whatever the fuck we want with these files*. But what can we do with a collection of waste? (q) We can download, archive and sort it; we can listen 'freely' deciding what files to listen to and when; we can distribute them 'freely'; we can remix them and use them 'freely' in new creations. We can, 'freely'. The possibilities are endless. The 'freedom' is absolute. So is the pressure of the blank sheet. Would it be possible in the music industry to make a proposal of this caliber? It probably would be, but only in appearance, in an advertisement, in a claim; I've heard this argument repeatedly to sell technology, devices or services: 'The possibilities are endless. The "freedom" is absolute.' In this case, there is no blank sheet applying pressure, but oppression. The differences in meaning

that the same propositions take on, depending on who makes them, who voices them, are considerable. So are the differences in essence.

Both netlabels, 'bajarmusica.tk' and 'desetxea', remind us that in essence we are 'free'. In essence. Both proposals healthily question the limits of the sound artist and the curator, and of listening, publication and licenses. They put us on edge, as creators and as listeners. Both conceive the work of the curator as an artistic and experimental work, leaving the door open, perhaps too open. Thus, the flow of creations is huge, as is the network in which they are inscribed. Thus, the quality of the flow is as questionable as the taste, subjective, personal and not transferable. Thus, the speed of the flow, just as the 'freedom' to do as we please, speaks for us, speaks of our time, of our media, of the contemporaneity in which we are inscribed. It speaks for itself.

The need for speed

Nowadays all bodies, living or inert, travel faster around the globe. Long distances have shrunk considerably, increasing speed. Bodies travel, compressed, over time. The inherent quality of the network of networks is the speed of digital bodies and immediacy with which we can have them. This has been the most significant change between physical exchange networks and digital ones: the speed at which the digital file travels and the immediacy with which we obtain it. The digital body is infinitely faster than the physical body. Their times are undoubtedly different. New technologies allow us to send, receive and store a larger amount of information in less time. Never before in history have we had so much information so quickly; but to travel, send, receive, access, accumulate and archive so quickly also has its consequences. What does such speed imply?

Delivery speed is equivalent to the rate of loss or dissipation of bodies. Files, people, concepts disappear at the same speed at which they travel through space. The faster, the more fragile. The increase in speed leads to an increased risk of the degree of loss. All travel involves risk and this risk increases when the speed is higher. Plane crashes are a clear reflection of this degree of loss, leaving fewer survivors. Our bodies, our information, our concepts, our ideas and our projects are more fragile and ephemeral, when the speed is higher. In data transmission issues, increased speed also involves an increase in the risk of the degree of data loss. We can send a greater volume of information at higher speed, but we can lose it at the same speed we sent it at, either by a transmission error, accident or a lack of interest or attention. The loss can be of many types.

Having an increased amount of information in less time means that the information we receive is subject to replacement as quickly as it came. The new information awaits in our minds, in our computers,

to be processed, replacing the old information. Digital bulimia. The bodies, projects, ideas, are more ephemeral to allow the flow to continue in an iterative process of transmission. The flow is greater. The priority in this system is the flow of bodies and knowledge. The greater the movement, the greater the capacity to represent life and, therefore, greater profitability. The rhythms of the economy are the rhythms of transmission flow of information and bodies. Speed is an important factor for a system based on the possession and the power of downloadable files. Do not forget that, for the system, speed is important, as is possession.

We have developed faster speeds, now the question is whether we, our bodies, our minds and our economy, are capable of keeping pace with the immediate and bearing the consequences. Let's not forget that with increasing transmission speed we also increase our possibilities and risks. The rates and digital times of trade, production and economics are different. If we increase the speed of our activities, we must also increase the craving for what is in movement. In musical terms, obtaining the complete discography of the Beatles in minutes, for example, does not at all mean listening to it; this process, of listening, is not a priority and, as we have seen, involves a long time, longer than desired for the capitalist system. The priority is the process of exchange and data transmission: the journey. Possession is justified by a potential listening. Thus, having a full discography satisfies us as long as the data transmission lasts and in some cases less time: as soon as a new possibility of possession, a new transmission or a new discography appears, and with it the desire to possess it immediately, regardless of any old, previous download. Repeating the process of transmission, owning and archiving, manages to satisfy and increase the craving to consume. Repetition maintains order and stabilizes the world, creating more desire. Repetition is profitable. Repetition. Profitability. The desire for repetition increases depending on the capacity of possession, which necessitates compression of the file, of the digital body, of time. Successful repetition of the transmission of compressed time increases the craving for the same process all over again. Infinite success, repeated, repeatedly. The desire for success is profitable.

Maximun space minimized

If we increase the data transmission rate, we must also increase the storage capacity. The space required to store the files are maximized in the digital dimension and minimized to the bodily dimension. Hence we have huge spaces in tiny devices. Digital storage formats are minimized and allow greater storage than physical formats. The sizes and weights of digital files, as mentioned, are smaller

than analogue ones. When compared to analogue format, the digital format allows us to accommodate thousands of hours in the size of a cassette. The minutes have grown longer and the inches shorter. Probably never before in history have we had so much information, so accessible, so immediate and in such a minimized space. We have compressed devices, we have expanded storage spaces and above all, we have compressed transmission times between devices and between users; but we have also had to compress our listening, for economic reasons, in attention, i.e., in time, i.e., money. (r) Statistically, fifty percent of people are unable to maintain their attention on a piece of information online after one minute. It is also true that the transition from the cassette to the CD broadened the uninterrupted listening time. The transition between a digital file on a local hard drive and the constant flow of data in the cloud has allowed us to increase to infinity, if possible, uninterrupted listening time. Today the flow, digital, is eternal. This vastness, in every way, has meant that interruption in playback does not come from the format itself but from the user, in attention, in interest or desire. Our limitations are now above technical or technological limitations. We need, more than ever, to previously generate our attention, our desire, our listening.

Compressed listening

In this sense, one of the netlabels that has highlighted the need for greater speed in listening, increased production of desire and greater access to their entire collection, is the netlabel 'slices'¹³, an ephemeral project that in 20 days had 46 publications in its catalogue. The purpose of this netlabel is to publish records only seconds long, greatly facilitating the work of listening and allowing their entire catalogue to be taken in completely. The netlabel 'slices' is ideal for anyone interested in hearing 'everything' and thus complete a listening to a collection; it is compact and manageable. The netlabel's first publication contains three songs of no more than two second each: a clear declaration of intentions. (s)

The compression of listening time and the ability to own, but above all listen to, the entire collection of the netlabel 'slices' means the value of the time spent on this act corresponds to the value of time nowadays. Compressed files. Liquid times. Likewise, the fact that the netlabel was active only 16 days, from December 22, 2010, to January 7, 2011, makes it clear how fleeting and ephemeral these projects are, a characteristic of the Internet itself. The duration of netlabels, projects, formats, and the knowledge needed to carry them out, all have a very early expiration date. They tend to disappear more and more quickly. Internet life is short, compressed and liquid. Never

¹³ The link to the netlabel 'slices' is the following: <http://lonch.myweb-community.org/>

before has it been so costly, in effort, expertise and time, to make us see that we exist and are still alive.

The mega-netlabel

Digital technologies, as we have seen, allow us to increase the speeds of files and of exchange. Now we have to consider the consequences of this speed in our lives, in our activities and in our thinking, but speed is not all that has come into our lives at the hands of digital technologies. The digitization of archives has necessarily involved the creation of large files, large voids, large servers where we file, manage and conserve human creations and knowledge. If there exists in the world of netlabels an archive par excellence, that is Internet Archive. Since late 1996, Internet Archive has been an online platform with a clear mission to collect and store the public materials online or files donated by individuals and institutions. Its aim is to provide historians, researchers, academics and the general public access to their collection of data and ensure the longevity of this information.

At its inception, Internet Archive undertook to collect, preserve and provide access to historically significant films that are available elsewhere. So the surprise was maximum when they realized that their servers were being used as a medium to accommodate the new music collections that were being born: netlabels. It currently houses the largest flow of donated music online, which gives great it power and at the same time a great responsibility. Its policy on donations is clear, practical and functional, as are the licenses that allow content to be published on their servers. Its policies match perfectly with the netlabels and for that reason Internet Archive is the greatest empty space that a netlabel might wish to fill. The number of netlabels it contains is colossal, enormous, measureless. Internet Archive, in itself, is a mega-netlabel: it contains thousands of netlabels, its browser provides access to the netlabels' collections and the content is sorted and numbered. What would have become of netlabels without a platform like Internet Archive?

Corporate libraries

The metamorphosis of the tangible into the intangible, in music, clearly shows some problems rooted in the publishing industry for centuries, as we have seen. This transition between formats, still latent, has perpetuated previous patterns in the 'new media'. The netlabels have shown the capitalist market the possibilities in the networks of musical exchange. Once again, the economy has been

inspired by music. Therefore, it is not gratuitous that the networks that were intended for exchange between creators and for the publication of their musical works currently result in business for companies offering free services of music distribution and the corresponding socialization. The bill for this gratuity is now on the table: the free services make products out of their users, forcing them to accept their licenses, policies and terms. What is free is suspect.

Corporations, dressed in soft sheep's clothing, offer 'the same' but in their domains, under their control, extending their power and collection. The contemporary musical heritage is installed in their domains, or rather their subdomains, and not in the National Archives; their servers host broader, richer and more up-to-date contemporary music collections than the National Library of any state. Corporations are the new states, the new religions. (t)

Promises of freedom

The benefits offered to musicians by these corporate platforms coincide, in many cases, with the promises of new technologies: immediacy, ease and beauty. Heaven on earth. These features will increase the chances of becoming a profitable person, a divine being, a social creature accepted by the community and therefore having a greater chance of being a success. Being God. Let's see how these platforms and services work. Publications by the musicians are immediate, firstly, because the medium allows it, and secondly, because there is no need for moderation: the artist is the label. The curator disappears: he becomes the artist and vice versa, especially, vice versa. The moderation of publications is based on copyright, as seen above, and on respect for the laws and rules of common benefit; we have the right if not the obligation to point out the suspect and thus become part of the long arm of the law. We all share in the moderation of the content published online, we are all the law. But the fact that there is no curator or that the artist performs such a filtering feature in his work, is a subtle way to understand the artist as a unique and original entity who does not need to copy; the artist turns out to be, at least, a deity. Who does not want to be divine, almighty and eternal?

The authorship and the identity of artists are given value by defining their domain in the corporate platform: artists will have their own domain, their new, free work office. No need to pay for their services, not yet. The payment to the platform is made through consumption and depending on success, appearing as a free service, initially. The work space is infinite and will host the capitalization of the social being. The possibilities are endless. The 'freedom' is maximum. Artists no longer have limits on the space to share their creations, they will be able to share and create whatever they want.

Who does not want to create everything? Who would not want to be 'free'? (u)

The more activity there is in the artists' profile, in their virtual office, in their status, the more noise is generated online and the more attention they will get. Attention: more activity becomes more success and this means more profit. Attention: profit. Attention. The more social you are, the greater presence you have, the more pervasive it is, the more noise is created and the more chances of success are generated. Be omnipresent, be God. The artist is only concerned with creating. In order to do this, the publishing tool available free of charge is so friendly and easy to use and design. The content managers are buttons at our service. The designs, homogenized, are customized 'freely' with existing proposed models. Nothing new. A dystopia available to everyone. We will be freer, more successful, the more we update our profile, our status and the more we are part of it. (v)

The dystopian present (w)

All these apparent benefits attract more and more users to these free, corporate and centralized platforms. With so many apparent benefits it is advisable not to be naïve and to have a certain critical sense to make us see what the possible consequences are of accepting the terms and conditions that they propose, invisibly. (x) These are some of the possible consequences: in the first place, accepting the gratuity of a service means becoming a product; secondly, we as product inevitably adopt a more corporate identity in our public image, our public profile and our publications, in other words, our essence reflects the corporate identity in which we frame our creations; thirdly, to accept their terms and conditions involves strengthening the formats proposed by the music industry, by capital and power: whether it is a lossy compression format such as mp3 or restrictive publishing licenses; fourthly, accepting a subdomain is christening oneself, somehow, as a subordinate, as a vassal and a dependent. What happens when, for whatever reason, the platform where we host our work online ceases to be available and our published works disappear with it? Or almost worse, what happens when, for whatever reason, the platform where we host our work online is no longer fashionable? Will we do it all again?

Remember what has happened from time to time, and continues to happen from time to time, with old and new formats in the physical world: once a new format appears, the format in use, hitherto the format of fashion, becomes immediately obsolete and deprecated, it is forgotten – until, with luck, it makes a comeback, a revival, a renaissance. This marketing strategy has permitted sales

of new machines, new music collections, with the resulting costs for users, for consumers, for listeners. Now with digital media, the new machines are the online content-management platforms that require users to repeat the same act of publishing and updating their profiles, their status, their files, their collections, with the consequent investment of time in a process of absolute absorption. I publish, therefore I am. I insist. The social act is a profitable repeated act, in fact, it is profitable because it is also controllable and beneficial under the model imposed by capital. Repetition. Control. Benefit. (y)

If we put this in perspective with the International Cassette Network, which we discussed above, we find that these corporate online platforms are built with the contemporary musical heritage, in return offering only their services, their 'freedoms', their possibilities. This was not possible in the physical format, with cassettes. Unthinkable. No cassette manufacturing company ever offered the distribution of a musical creation under the condition that the work became part of the company archive, together with its copyright, of course, and its publication and distribution. Impossible. It is not analogous. Today, companies possess the hosting and online distribution. All in the same medium. All at the same time. This gives them more power to covertly offer, not without perversion, their great services, alienating, full of promises of freedom and success. The same system, the same, is repeated: the musicians create for free, hoping one day that the promises of success will come true. This situation is not new; it has happened before, again and again, for example with jazz musicians: their music began to be recorded, published and distributed by the music industry in exchange for being recorded, published and distributed free of charge. Thus, the benefit was in the possibilities brought about implicitly by being recorded, published and distributed. Hopefully, their music would be heard and they would begin to get a direct economic benefit, providing they were successful, which obviously not only depended on whether their music was good or bad, far from it, but on the programme established by the agents that make up the music industry according to their own interests. In some cases, unfortunately just the lucky ones, they were paid poorly for their compositions, to which they lost all rights as they passed into the hands of the editors, once again.

Although currently most of these platforms remove no copyright on artists' creations in a direct or obvious way, they always do after we accept their terms and conditions to enjoy their services. If we look back at the short but intense history of these corporate netlabels, abuses have occurred one after another, until corporations found a perverse and less obvious system that allows them to profit from the use of their platforms. Historically, lest we forget, these services on numerous occasions have made claims in court over the copyright of some compositions published on their network, because they were

later physically published by record labels. To accept, in the end, is to submit. Conditions that users accepted on this network of musicians, their 'space'(*), meant losing the rights to the works uploaded to its servers. Directly, this time. The benefits of having greater visibility on their network, its operators said, justified the loss of all rights as creator. The network, the visibility, the visits, continued to grow, but not the plays, and even less so the careful listeners, an endangered species. We are more visible, yes, but are not necessarily heard more. Where, then, is the priority, to be more visible, more social, more accepted, more popular, more desirable, more downloaded, more capitalized, or simply to be heard?

These are some of the possible consequences, not in all cases, not all people, not all netlabels, and they come from accepting conditions and a few words that are never read, never questioned, and which clearly submit us, resignedly, to the perpetuation of an anachronistic editorial system. The new slaves are the users of free services and applications for an increased productivity of our time, our 'free' time.

The hiatus becomes apnea

As Tony Wilson said in the film '24 Hour Party People', the change between the format of the musical group – with the divine creators up onstage in front the public – and the musical selector – the DJ, the *medium*, at the pulpit and invisible – has meant a change in aesthetics, form and listening situation. We are witnessing a historic time of change, a key moment, a hiatus:

'The history of popular music is like a double helix. They are two waves that intertwine. When one wave does so, the other does so. We have two waves that do this. One does so, and the other as well. When a musical movement descends, the other rises. We are now at a crossroads, like a hiatus.'

This hiatus, in the case of netlabels, does not apply only to a time of change in musical style, a cosmetic change, but goes deeper into the essence of their activity. Many know that what sells today as netlabels are merely perverse neoliberal capitalist versions of a format originally conceived as a liberator from the music industry and its canons. Ironically, it was precisely these free services online, for the socialization of sound creations offered by corporations, who were responsible for the death foretold of netlabels. The irony of capitalism has also taken the form of netlabel. This hiatus, now converted into apnea, contains in essence a little death, and at the same time, a rebirth.

The new renaissance

There is no possible reconciliation in the internal battle of netlabels which began at the moment when the music industry models were reflected in them. Interestingly these online platforms proposed, from the start, a model that would allow sharing equally and not profit from distribution. The stage is set for conflict. Many of those involved have debated openly about the need for a clear definition of the term 'netlabel'¹⁴. There has been no success. The variety of possibilities and views on the matter do not allow consensus, either. Surely one of the reasons why the term is so fluid and escapes definition is because there is no model of a 'netlabel'. The differences prevail everywhere. Netlabels propose variety, heterogeneity and difference as a model¹⁵. Meanwhile, the industry imposes homogeneity.

The body of death is but the breath of corporations, where nothing escapes being published, controlled – and not heard. The history of formats reiterates that deaths are just part of a new birth, a resurgence, a dimension left behind, forgotten amid so much novelty, amongst the controlled noise of the show. Silently, the old format adds value to its essence, its characteristics, its peculiarities, its differences, sacrificing what is not its own. A necessary cleansing for the revival of the formats forgotten and despised by the market.

In essence, switching between formats has led to the resurgence of the same problems between music and capital. Therefore, we cannot ignore the relationship between netlabels and the music industry. The disappearance of netlabels seems to have been coming for some time, especially if we consider the statistics of recent years in which one can read a change: they indicate that the creation of independent platforms for publishing music online has significantly decreased, while online music publishing in corporate domains has increased exponentially. The more corporate identities, the fewer netlabels.

Now, we can certify that the debate has moved to a more fruitful ground, (z) where it is not necessary to talk about what is or is not a netlabel, its definitions or boundaries. The debate now focuses on whether the netlabel has died or not, indicating that this is a new turning point. We are facing a change, a crossing of trends and inertia. That hiatus we talked about before is the solution of continuity, the interruption or the spatial or temporal separation of the activity. Therefore, a new scenario opens, full of possibilities that mean the netlabel is at a historic moment: its rebirth.

¹⁴ In August 2009, Audio-lab organized a meeting of netlabels called 'Netlabels: música enredada' ('Netlabels: tangled music') in Arteleku (San Sebastián, Gipuzkoa). This one-week encounter was attended by various netlabels, sound artists and curators who highlighted the vagueness of the term 'netlabel' and the inability to reach consensus on the definition. This question of definition, or rather lack of definition, was publicly attended by David Domingo of netaudio.es, the platform that has promoted netlabel culture for seven years but is currently inactive. Nevertheless, we can find the post made by David at the following link <http://www.animatek.net/2009/09/reflexion-que-es-un-netlabel/>, which reflects the situation well at that time, when consensus was not possible.

¹⁵ A netlabel manual was published by the addsensor netlabel in 2010 as a practical guide for creating netlabels. It is available at the following link: http://addsensor.com/referencias/addSensor018/addsensor018_Manual-Netlabel.pdf.

REFERENCES IN THE FORM OF FOOTNOTES FROM A TO Z.

(a) - *'Who ever thought he was writing something other than fiction?'* - Michel Foucault.

(b) - The first definition of the word 'netlabel' on Wikipedia, dating from January 26, 2004, was published by Phlow.net [<http://phlow.net/>] and reads: *'A netlabel, also called online label, web label, mp3 label, distributes its music in digital formats on the web. It works like a classic record label with the only difference, that there are actually no hardware releases like vinyl or CD available'*. The complete definition and corresponding links are available in the following link: [<http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Netlabel&oldid=2234467>].

The latest update of the definition of the word 'netlabel' on Wikipedia, dating from September 21, 2014, and published by 75.71.169.189, reads: *'A netlabel (also online label, web label, digi label, MP3 label or download label) is a record label that distributes its music through digital audio formats (such as MP3, Ogg Vorbis, FLAC, or WAV) over the Internet. While similar to traditional record labels in many respects, netlabels typically emphasize free distribution online, often under licenses that encourage works to be shared (e.g., Creative Commons licenses), and artists often retain copyright. Netlabels may have a considerably lower staff count than traditional record labels, in some instances being only a single individual in control of his/her music, maintaining sole ownership. Physical LPs, for example, are rarely produced by a netlabel, relying entirely on digital distribution and means of the Internet to provide the product. Having no physical product makes the running costs of a netlabel considerably less than a traditional record label and some netlabels have abandoned any financial model altogether and instead, running the netlabel as a hobby. Some employ guerrilla marketing to promote their work'*. The complete definition and corresponding links are available at the following link: [<http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Netlabel&oldid=626470004>]

(c) - *'But wasn't radio broadcast the first dematerialization of music? (...) By dematerialization in radio broadcast, I obviously refer to a lack of an additional physical medium for the listener (the record). Radio broadcast of recorded material was typically produced from physical records and then, later on, from tapes. The equivalents of today are, of course, the hard disks and servers for the online dematerialization of music'*. - Francisco López. 'Music dematerialized?' Published by Carvalhais, Miguel and Pedro Tudela (eds.) (2014). Mono #2 - Cochlear Poetics: Writings on Music and Sound Arts. Porto: i2ADS; and available online at the following link: [<http://www.researchcatalogue.net/view/87923/87924>].

This manual is not a model to follow, but a set of wise practical recommendations or possibilities for the creation of a netlabel, without coveted or alleged successes. At the time of its publication, this modest document was a great contribution to the community because it clarified some concepts which were then not clear and which are now better assimilated.

(d) - *'In terms of ownership, when the "original" is digital and non-representational, any listener with a "copy" has exactly the same thing as the composer/artist'*. - Francisco López. 'Music dematerialized?' Published by Carvalhais, Miguel and Pedro Tudela (eds.) (2014). Mono #2 - Cochlear Poetics: Writings on Music and Sound Arts. Porto: i2ADS; and available online at the following link: [<http://www.researchcatalogue.net/view/87923/87924>].

(e) - *'Your security is our commitment'* - Corporate anonymous.

(f) - *'Just three days removed from these events, Americans do not yet have the distance of history. But our responsibility to history is already clear: to answer these attacks and rid the world of evil. War has been waged against us by stealth and deceit and murder. This nation is peaceful, but fierce when stirred to anger. The conflict was begun on the timing and terms of others. It will end in a way, and at an hour, of our choosing.'* Speech delivered by U.S. President George W. Bush in Washington, D.C., on September 14, 2001, which uses the same argument used by Jesus, Lenin, Darth Vader and Spanish copyright collecting agency SGAE: 'You're either with me or against me' - For more information see the following link: [http://es.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A1s_conmigo_o_est%C3%A1s_contra_m%C3%AD].

(g) - *'The (non-technological) legal practices of digital companies that impose unfair conditions on their customers show us once again how digital culture is mostly a "low cost" service (with the same vices of airlines so labelled) whose economic behaviour cannot hide its many flaws with the supposed brilliance of its technologies'*. - José Luis Pardo. Citation from the following article published by *El País*: [http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/11/actualidad/1347386518_629455.html]

(h) - The use of suspicion to prevent a criminal act has increased since the attacks of September 11, 2001, in New York, where there was evident failure in US safety; a strategic plan of global security has since developed based on crime prevention and identification of the suspect. The stand-out text is titled 'Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism', the USA PATRIOT Act of 2001, which is available at this link: [<http://epic.org/privacy/terrorism/hr3162.html>]

(i) - *'We believe many things that we could question: (...) that music is songs; that in silence nothing is heard; that acquiring albums costs money. (...) "This is the end, beautiful friend" defies all these generalities. (...) A gift for learning to read between the lines'* - Elena Cabrera.

(j) - 'This possibility follows everyone like a shadow and

changes their lifestyle; because (and this is another well-known elementary definition in existential mathematics) any new possibility that existence acquires, even the least likely, transforms everything about existence' - Milan Kundera.

(k) - 'The media have accustomed to certain social sectors to listening only to what "flatters the ears".' - John Paul II.

(l) - 'The a priori conditions of a possible experience in general are at the same time conditions of the possibility of objects of experience'. - Immanuel Kant.

(m) - 'Music is synonymous with freedom, to play what you want and how you want, as long as it's good and passionate, let music be the food of love'. - Kurt Cobain

(n) - 'Love is a cassette that should be listened to on both sides'.
- Anonymous

(o) - 'Love is like a song, if you listen too much it annoys you'.
- Anonymous

(p) - 'Freedom is the ontological condition of ethics. But ethics is the considered form that freedom takes when it is informed by reflection'. - Michel Foucault

(q) - 'Extraordinary how potent cheap music is'. - Noël Coward

(r) - 'Remember that time is money'. - Benjamin Franklin

(s) - Or as the saying goes: *What's good, if brief, is twice as good.*
- Anonymous

(t) - 'The gospel initiates man in this generosity when, following the example of God, he invites to sit at his table those who may not be able to return the invitation' - *Religion at the dawn of the 21st century*
- Various authors

(u) - 'Information doesn't want to be free; only the transmission of information wants to be free. Information, like culture, is the result of a labor and devotion, investment and risk; it has a value. And nothing will lead to a more deafening cultural silence than ignoring that value and celebrating ... [companies like] Napster running amok.'
- Edward Rothstein in *The New York Times*.

(v) - 'The reason of State. It is characterized by concentrating

all social practices, enhancing life, ensuring the optimum use of resources, and exercising proper management of the population in order to create the conditions for (...) exercising a policy of control over the social institutions, natural resources and, above all, the life of the subjects, so as to ensure the centralization of power and economic growth'. - Immanuel Kant

(w) - 'There is no better antidote to the dystopian future than the very dissemination of dystopia'. - Marc Pastor

(x) - 'As for disciplinary power, it is exercised by becoming invisible, whilst those subject to it are rendered visible'. - Michel Foucault.

(y) - 'Whoever is able to design and operate in one way or another the process of socialized communication – communication that can reach the entire world – possesses one of the keys of power'. - Manuel Castells.

(z) - 'A culture only poses those problems that it is prepared to solve'. - Michel Foucault.

RECOMMENDED BIBLIOGRAPHY

Attali, Jacques (1977) *Noise: The Political Economy of Music*, University of Minnesota Press.

Benjamin, Walter (1969) 'The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction'. In *Walter Benjamin, Illuminations: Essays and Reflections* (pp. 217-252), New York: Schocken Books.

Foucault, Michel and Jeremy Carrette (1999) *Religion and Culture*, Manchester University Press.

Foucault, Michel (2002) *Vigilar y castigar, nacimiento de la prisión, Siglo XXI Ed.* Buenos Aires, Argentina.

Foucault, Michel (1977) *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Vintage Books: Random House, New York.

Galuszka, Patryk (2012) 'The rise of the nonprofit popular music sector: the case of netlabels'. In *Music, Business and Law: essays on contemporary trends in the music industry*, <http://iipc.utu.fi/MBL/Galuszka.pdf>

Galuszka, Patryk (2009) 'Research on Netlabels'. http://phlow-magazine.com/wp-content/uploads/research_on_netlabels_by_patryk_galuszka_cc-by-nc-sa.pdf

Hartmann, Björn (2004) 'Netlabels and the Adoption of Creative Commons Licensing in the Online Electronic Music Community', in *International Commons at the Digital Age*, eds. Danièle Bourcier et al., Romillat, Paris.

Lessig, Lawrence (2004) *Free Culture*, Penguin Press, New York.

Lovink, Geert (2005) *The Principle of Networking: Concepts in Critical Internet Culture*. <http://www.hva.nl/lectoraten/documenten/ol09-050224-lovink.pdf>

Sterne, Jonathan (2003) *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction*, Durham: Duke University Press.

Sterne, Jonathan (2012) *MP3: The Meaning of a Format*, Duke University Press.

Timmers, Bram (2005) *Netlabels and Open Content: Making the Next Step Towards Extended Cultural Production*. www.c3.hu/~bram/Netlabels_and_Open_Content.pdf

(*) [Translator's note] – The author uses the Spanish 'mi espacio' here to refer, with certain irony, to networks offering musicians a place to publish their music, unwittingly relinquishing control over their work. The literal English translation, 'my space', would appear to refer only to one of these platforms (spelling notwithstanding), so 'their "space"' seemed to be the best way to preserve the ironic yet general critique intended in the phrase.



Public Domain