

El mito del ser humano codicioso

Oleh Lafoks



Table of Contents

De qué va	1
El mito del ser humano	2
Ni las empresas creen en el mito	4
La competencia contra el ser humano	5
El mercado no se sostiene en el mercado	5
El vencedor quiere cerrar el juego	6
La matemática de la ventaja	6
El software libre como contraargumento	7
No esperar permiso	10
Volver al mito	12

De qué va

Existe una idea muy extendida: el ser humano sería ante todo un ser económico. Su fuerza principal sería el beneficio. Con el beneficio se intenta explicar casi todo: por qué una persona trabaja, cómo construye relaciones, por qué unos triunfan y otros pierden, de dónde sale el poder e incluso la moral.

La idea del ser humano como ser económico está tan extendida que sobre ella descansa una parte

enorme del pensamiento contemporáneo: desde los manuales de economía hasta las conversaciones sobre carrera, pobreza y éxito. En Alemania, en el curso 2024/25, casi el 39% de quienes empezaban estudios pertenecían al grupo de derecho, economía y ciencias sociales; medicina y ciencias de la salud superaban por poco el 5%.^[1] No es economía pura: la categoría es más amplia. Pero la escala del sesgo se ve.

Este texto trata del mito que hace que el beneficio parezca naturaleza humana. Y de por qué ese mito no es un error inocente: da cobertura moral a prácticas muy concretas gracias a las cuales unos se hacen más ricos, mientras otros, por alguna razón, deberían alegrarse de que siquiera se les permita trabajar.

El mito del ser humano

Las civilizaciones no se sostienen solo sobre piedra, hierro y electricidad. Se sostienen sobre historias comunes en las que la gente cree junta. El dinero funciona mientras personas, bancos, tiendas y estados se comportan como si esos signos tuvieran realmente fuerza. El Estado no existe solo como edificios y fronteras, sino como un orden común que reconocen funcionarios, tribunales, policía, escuelas y millones de personas corrientes. Una empresa no existe como objeto natural, sino como construcción jurídica que tribunales, bancos, trabajadores y clientes tratan como un participante real del mundo.

Yuval Noah Harari lo muestra bien: la capacidad de creer en mitos comunes permite que enormes cantidades de desconocidos actúen de forma coordinada.^[2] Aquí mito no significa necesariamente mentira. Pueden ser valores comunes, reglas e imágenes del mundo: todo lo que reúne a las personas en una misma realidad. Por eso importa qué mito nos gobierna. Algunos mitos ayudan a vivir juntos. Otros presentan la violencia, la codicia y el poder del más fuerte como orden natural.

Nuestra civilización tiene un mito así sobre el ser humano: omnipresente, incrustado en el lenguaje, la escuela, el trabajo y las ideas de éxito. Tan habitual que casi nadie lo nota.

La historia suele empezar con una imagen de manual. Una persona tiene un saco de manzanas, otra un par de zapatos. Quien tiene las manzanas necesita zapatos. Pero el zapatero no necesita manzanas: necesita grano, sal o una cabra. El intercambio se atasca. La gente se pelea con el trueque hasta que inventa un intermediario universal: el dinero.

En el manual parece una cadena natural. El trueque es incómodo, así que la gente inventa el dinero. El dinero facilita el intercambio. El intercambio se amplía en mercados. Los mercados permiten acumular riqueza. La riqueza acumulada exige custodia, contabilidad y préstamos. Así aparecen bancos, crédito, intereses, bolsas, inversiones y todo lo demás.

En Adam Smith esta historia toma su forma clásica: la división del trabajo aumenta mucho la productividad, la propia división del trabajo nace de la propensión al intercambio, y el dinero aparece como solución técnica al problema del intercambio directo.^[3]

En el centro de este esquema, el ser humano queda descrito por un modelo simple: compara opciones, negocia y elige la mayor ventaja. Así un ejemplo privado de manual se convierte en relato sobre la naturaleza humana.

Esta historia se enseña en las escuelas. La repiten los manuales. Sobre ella se levanta la ideología de

mercado. No se presenta como una hipótesis entre otras, sino como una mirada sobria sobre las cosas. Como realismo. Quien piensa de otro modo es un romántico ingenuo.

El problema es que esto no es historia, sino construcción ideológica.

El antropólogo David Graeber la llama "mito fundacional de la economía".^[4] Y muestra que la antropología no conoce una sola sociedad realmente descrita donde existiera una "economía pura de trueque" de la que luego naciera el dinero. Ni una. El esquema — trueque, luego dinero, luego crédito — lleva trescientos años repitiéndose en manuales.

¿Y cómo está hecha en realidad la vida humana?

Pide a un compañero un cargador de teléfono: lo más probable es que te lo deje sin más. Y difícilmente te mandará luego una factura por el uso. Un vecino te sujeta la puerta cuando tienes las manos llenas de cajas. Un amigo te recoge de noche en la estación si el último autobús ya se fue. En la familia, la amistad, el equipo, gran parte de la vida no se sostiene en el cálculo, sino en un simple "hay que ayudar".

Graeber llama a esto "reciprocidad básica": si las personas no se consideran enemigas, suelen ayudar cuando ven una necesidad y pueden ayudar. Pero la reciprocidad humana no termina en pequeños favores. La gente pasa noches junto a una cama de hospital. Saca desconocidos del fuego. Cubre a niños con su propio cuerpo.

No es sentimentalismo. Es la base sin la cual la vida común sería imposible. Sin ella no hay familia, vecindario, equipo ni sociedad.

La ideología de mercado se apoya en otro modelo. Sí, vivimos realmente en un mundo de recursos limitados. Pero en este modelo la escasez no se convierte en un problema común que la gente resuelve junta, sino en justificación de una lucha permanente por el recurso. El ser humano compite con otros y elige todo el tiempo cómo obtener más, dar menos, ganar posición, conservar ventaja. La falta de escrúpulos se vuelve fácilmente virtud, y el beneficio, prueba de tener razón.

¿Por qué se sostiene el mito? No porque sea verdadero. Porque es cómodo. Sostiene una imagen del mundo en la que el mercado parece el estado natural del ser humano y todo lo demás una desviación, debilidad o ingenuidad.

Y aquí el mito deja de ser un error inocente.

Si el ser humano busca beneficio "por naturaleza", la codicia ya no es un vicio, sino una norma. Ayudar sin cálculo se vuelve una tontería. Presionar al débil no es vileza, sino "competencia". Un sistema que premia a depredadores no parece enfermo, sino "natural" y "racional".

En la moral humana común, una persona que no hace nada pero se queda con el resultado común parece un parásito. En la lógica de mercado, un truco parecido recibe otro nombre: modelo de negocio eficiente. Organiza las cosas para que otros trabajen más, cobren menos y la diferencia acabe en tus manos, y ya no es vergüenza, sino éxito.

Así el mito de la naturaleza humana da cobertura moral a prácticas muy concretas. No es crueldad — es mercado. No explotación — incentivos. No guerra, aunque sea económica — competencia. No codicia — la gente simplemente es así.

Ni las empresas creen en el mito

Después esta historia se amplía fácilmente con un paso más. Si el mercado reúne a muchos productores y compradores, la competencia supuestamente obliga a cada cual a trabajar mejor, más barato y con más eficiencia. Las malas soluciones pierden, las buenas se difunden. De los intentos privados de obtener beneficio surgiría el progreso común.

En la versión de manual esto suele vincularse con la "mano invisible del mercado": nadie se ocupa especialmente del bien común, pero el mercado lo ordena todo por sí mismo. Magia, solo que con gráficos.

Pero si lo tomamos en serio, aparece una pregunta extraña: ¿por qué incluso la economía más de mercado no está formada por un único mercado continuo?

Si el mercado fuera realmente una forma universal de coordinación, la empresa no debería ser plan ni jerarquía, sino un mercado interno: cada tarea se convierte en una transacción separada, cada participante en vendedor independiente de su servicio, cada decisión en objeto de negociación.

La empresa real funciona al revés: saca del mercado gran parte del trabajo.

La fábrica distribuye turnos, materiales y tiempo de máquina mediante un plan. El hospital distribuye médicos, camas, quirófanos y guardias mediante horarios y protocolos. Un equipo de IT no convoca una licitación por cada bug: planifica la release, fija prioridades y reparte responsabilidad. Un estudio no arma un álbum mediante pujas entre músicos y técnico de sonido: hay sesiones, roles, plazos y un sonido común.

No porque dentro de la empresa la gente deje de buscar ventaja. Sino porque el mercado como mecanismo de coordinación es demasiado caro y demasiado lento para ese trabajo.

Coase hablaba precisamente de ese límite. El mercado no es gratis como procedimiento: para organizar trabajo mediante el mercado hay que definir una y otra vez el objeto de la transacción, el precio, la responsabilidad, el control de calidad y la forma de resolver disputas. Para una compra puntual puede estar bien. Para un trabajo común permanente se vuelve una capa de fricción.^[5]

Eso son los costes de transacción: el precio de convertir el trabajo mismo en transacción. La empresa no cancela el mercado en general. Lo apaga dentro de una zona concreta. Allí donde hacen falta repetición, dependencia compleja entre tareas y resultado común, en lugar de negociación infinita aparecen roles, salarios, plan, calendario, responsabilidad y decisión de gestión.

Esto no elimina la competencia entre empresas. Pero muestra que ni el negocio confía en el mercado cuando hace falta trabajo complejo. Dentro sustituye la competencia por coordinación: objetivo común, plan, roles, confianza, estándares y responsabilidad.

Incluso el capitalismo, cuando necesita hacer algo complejo, crea islas de planificación en el océano del mercado.

La competencia contra el ser humano

Admitamos que la competencia a veces puede servir como herramienta limitada: comparar soluciones, elegir un proyecto mejor, impedir que un sistema se oxide del todo. En esa forma puede funcionar.

El problema empieza cuando la herramienta se declara moral.

En un juego, el perdedor sale del campo. En la vida sigue siendo una persona: con cuerpo, hijos, deudas, enfermedades, miedo, vejez. Pero la lógica competitiva finge con gusto que toda la vida es un torneo justo. Quien perdió no estuvo a la altura. Quien quedó atrás es lastre. Quien es pobre jugó mal.

El humanismo propone otros valores. El ser humano vale no porque ganó. No porque sea eficiente. No porque sea útil al mercado. Vale antes del ranking, antes del salario, antes del resultado.

En la moral humanista la fuerza crea obligación. Si eres más fuerte, más rico, más inteligente, más experimentado, eso es motivo para limitarte y ayudar a quienes son más débiles.

En la moral competitiva la fuerza se convierte en derecho. El vencedor no tiene que explicarse: su victoria ya cuenta como prueba. Al débil no se le ayuda; se le usa como prueba de que el sistema funciona.

Y aquí la competencia se convierte en algo más que un modo de selección. Se convierte en máquina de justificación moral. No solo expulsa al débil. Además explica por qué él mismo tiene la culpa.

¿Y a esta picadora la llaman fundamento de la civilización? ¿En serio?

El mercado no se sostiene en el mercado

Pero ni siquiera la competencia existe en el vacío.

Para que el mercado funcione siquiera, necesita una capa de cosas que no se reducen al beneficio: confianza, derecho, tribunales, estándares comunes, prohibición de la violencia directa, costumbre de cumplir la palabra, castigo del fraude.

Sin eso el mercado no se vuelve libre. Se vuelve derecho del más fuerte.

Un contrato sin tribunal se convierte en papel. La publicidad sin responsabilidad se convierte rápidamente en manipulación y engaño. Un empleador al que nadie pone límites usa la necesidad ajena como herramienta de presión. Un monopolista al que nadie limita empieza pronto a escribir las reglas para sí mismo.

El mercado existe, por tanto, solo porque a su alrededor hay una envoltura no mercantil: moral, derecho, confianza, lenguaje, educación, cooperación. Todo aquello que no se puede reducir a precio.

Y aquí empieza la hipocresía central. Los defensores de la ideología de mercado hablan como si el beneficio lo explicara todo por sí solo. Pero esa ideología vive a costa de cosas que contradice

directamente. Las usa como el aire y al mismo tiempo las corroe, porque estorban a la lógica pura del beneficio.

Es como alguien que pasa horas demostrando que la amistad no existe y luego pide a sus amigos ayuda para mudarse.

El vencedor quiere cerrar el juego

La competencia tiene otra trampa incorporada.

El vencedor de la carrera competitiva no sueña con una carrera honesta eterna. Quiere que la carrera termine. Que la ventaja deje de ser temporal y se vuelva permanente. Que las reglas empiecen a trabajar para él.

La victoria en la competencia es siempre un movimiento hacia el monopolio. O hacia el duopolio, si el monopolio todavía no salió. Un negocio que sigue su propia lógica no quiere correr toda la vida al lado de rivales iguales. Quiere comprar al rival, expulsar al rival, cerrar la entrada a los nuevos, quedarse con el canal de acceso al cliente, registrar una patente, hacer lobby por una regla cómoda, convertir una ventaja temporal en renta permanente.

Los apologistas del libre mercado exigen libertad para el mercado. Pero esa libertad no le hace falta para que todos sigan siendo libres. Le hace falta al vencedor para quitar la libertad a los demás: imponer sus condiciones, cortar el acceso al cliente, convertir la igualdad de oportunidades en una bonita placa en una puerta tras la cual hace tiempo que ya no espera nadie.

El culto a la competencia celebra la lucha, pero premia a quien consiguió terminarla a su favor.

Un culto extraño: todos deben competir hasta que alguien sea lo bastante fuerte para cancelar la competición.

La matemática de la ventaja

Y no se trata solo de la codicia personal del vencedor. A la concentración empuja la propia mecánica del juego: acumulación, probabilidad y margen de resistencia.

Imaginemos un juego justo. Dos personas lanzan una moneda. Cara o cruz. Apuesta: 1 moneda. Una tiene 100 monedas en el bolsillo, la otra 2.

Las reglas son iguales. La probabilidad es igual. Nadie hace trampas.

Pero quien tiene 100 puede sobrevivir a una larga serie de derrotas y seguir en el juego. Quien tiene 2 sale después de dos golpes de mala suerte.

Formalmente el juego es justo. En la práctica, no. El pobre tiene alrededor de un 2% de posibilidades de llevárselo todo. El rico, alrededor de un 98%. El margen para equivocarse ya es una ventaja.^[6]

Esa es la matemática de la concentración: la ventaja temprana se alimenta a sí misma. Cuanta más reserva tienes, más tiempo puedes esperar, equivocarte, hacer dumping, presionar, sobrevivir a

crisis y comprar derrotas ajenas.

Y el negocio real ni siquiera aspira a reglas perfectamente justas. Aspira a convertir la victoria en posibilidad de seguir ganando: cerrar la entrada, comprar infraestructura, ocupar el canal de acceso, aplastar con el precio, hacer lobby por una regla cómoda.

Incluso sin trampas, el sistema rueda hacia la concentración. Con trampas, vuela.

Después la ventaja empieza a cambiar el sentido mismo del trabajo. Cuanto más fuerte es el actor, más puede gastar no en crear algo mejor, sino en mantener la posición: publicidad, abogados, patentes, lobby, exclusivas, presión sobre proveedores, control de plataformas y canales de acceso al cliente. Eso también forma parte de la lucha competitiva. Solo que ya no parece una competición de calidad, sino una guerra para que los demás ni siquiera lleguen a la salida.

Así la competencia promete selección de los mejores, pero produce una y otra vez otra cosa: concentración, muros defensivos y derroche absurdo de fuerzas en la propia lucha.

El software libre como contraargumento

Después de hablar de concentración, resulta especialmente interesante mirar allí donde la lógica de la apropiación falló.

En la tecnología, el mito del ser humano codicioso recibe uno de sus contraejemplos más incómodos. No en una teoría bonita sobre gente buena, sino en la parte más material del mundo contemporáneo: servidores, teléfonos, routers, nubes, bases de datos, herramientas de desarrollo e incontables dispositivos que funcionan porque alguien, alguna vez, escribió software libre.

Si alguien ha pasado toda la vida en Windows, Linux puede parecerle un sistema extraño para admins, geeks, nerds y gente que por algún motivo ama la terminal. Pero Linux no es solo una imagen de escritorio.

Android está construido alrededor del núcleo Linux.^[7] Google llama a Android el sistema operativo más popular del mundo: más de 3.000 millones de dispositivos activos en más de 190 países.^[8] A 15 de mayo de 2026, W3Techs ve Linux en el 61,4% de los sitios cuyo sistema operativo de servidor es conocido.^[9]

Servidores, nubes, routers, televisores, NAS, equipos Android para coches, cafeteras y pedales de guitarra: una enorme parte del mundo digital funciona con programas que el usuario corriente ni siquiera ve.

Aquí conviene no confundirse. El software libre no es simplemente "gratis". En la fórmula de la Free Software Foundation no se habla de precio, sino de libertad: el programa se puede ejecutar, estudiar, modificar y redistribuir.^[10] La idea es simple: un programa debería estar más cerca de las matemáticas que de una mercancía. El teorema de Pitágoras es un logro y patrimonio de toda la humanidad. Se puede usar en la escuela, en una obra, en un proyecto comercial, en una nave espacial o en una canción, si a alguien se le ocurre. Nadie puede comprarlo, cerrarlo y prohibir a los demás aplicarlo sin licencia.

La GPL da el siguiente paso: protege lo común frente a la apropiación. No es una licencia de "toma

gratis y luego conviértelo en propiedad privada". Si distribuyes un programa GPL modificado, debes transmitir las mismas libertades.

Quien publica un programa bajo GPL firma algo casi demente según los criterios del mercado: mi trabajo puede tomarse, estudiarse, modificarse y usarse; pero nadie debe convertirlo en propiedad privada cerrada ni privar a los demás de los mismos derechos.

Ni siquiera el autor de una versión ya publicada puede luego quitársela a la gente: recibieron el derecho a usar esa versión bajo GPL, y ese derecho no puede retirarse.^[11]

Es una idea radical. La gente puede invertir años de trabajo en un sistema enormemente complejo y decir de antemano: esto no se convertirá en mi pequeño reino. Pertenecerá por igual a todos los seres humanos de la Tierra. Se puede trabajar en ello como ingeniero, cobrar un salario, asesorar, mantener, montar sistemas y ganar dinero con trabajo honesto. Pero no se puede apropiarse lo común y cobrar renta simplemente por el derecho de uso. No se puede prohibir transmitirlo. No se puede prohibir usarlo en tareas comerciales o no comerciales.

Linux se sostiene precisamente sobre este principio. Es como el teorema de Pitágoras: pertenece a todos y nadie puede convertirlo en propiedad cerrada. No lo crearon Google, Microsoft ni Amazon. No lo construyó una sola corporación como producto con licencia por cada instalación. El núcleo Linux se distribuye bajo GPL-2.0.^[12] Es decir, lo común no puede sacarse del mundo común y convertirse en activo privado cerrado.

Linux no es un núcleo solitario para especialistas. A su alrededor creció todo un continente de software libre. Debian 13 "trixie", una de las principales distribuciones Linux, contiene 69.830 paquetes y más de 1.460 millones de líneas de código.^[13]

Es internet, oficina, gráficos, música, vídeo, educación, ciencia, programación, bases de datos, servidores, seguridad, tipografía, idiomas, accesibilidad, juegos, documentación, herramientas para ingenieros, artistas, científicos, músicos y usuarios corrientes.

Microsoft Windows, con su Bloc de notas y Paint, junto a semejante continente cultural no parece el centro de la civilización digital, sino un pequeño paquete cerrado de programas de un solo proveedor.

A comienzos de los años 2000 esto no parecía un ecosistema amistoso con patrocinadores corporativos. Linux era el enemigo ideológico del mundo del software cerrado.

En los documentos internos filtrados de Microsoft, conocidos como Halloween Documents, Linux y el open source se discutían como una amenaza seria para Windows y para el negocio de servidores de Microsoft.^[14] En 2001, el CEO de Microsoft Steve Ballmer llamó a Linux "cáncer" en el sentido de la propiedad intelectual.^[15] En 2007 Microsoft afirmaba que Linux y otro software libre violaban 235 de sus patentes.^[16]

Luego Linux ganó. No en el sentido de "todo el mundo tiene Linux en el escritorio". En un sentido más importante: se volvió la capa baja de internet, teléfonos, nubes e incontables dispositivos, y con eso derrotó ideológicamente la idea de que los sistemas serios solo pueden nacer dentro de empresas cerradas. Los perdedores simplemente siguen haciendo más ruido con sus logotipos.

Cuando quedó claro que ese fundamento ya no podía derribarse, las grandes empresas se

cambiaron de chaqueta. Google, Microsoft, Amazon y los demás no crearon Linux. Se sumaron al vencedor. Primero llamaron amenaza al software libre, luego ganó, y luego empezaron a construir negocios de miles de millones sobre su fundamento.

No fue una iluminación repentina de multimillonarios. Fue una derrota ideológica. El modelo cerrado no perdió porque las grandes empresas se volvieran más buenas. Perdió porque la gente no quiere vivir en un mundo donde el conocimiento está encerrado, donde está prohibido entender y modificar los dispositivos, y donde cada mejora debe esperar el permiso del dueño.

Por supuesto, los parásitos encontraron pronto las grietas. Se puede no cerrar formalmente el núcleo, pero construir alrededor una nube cerrada, una tienda, una cuenta, una suscripción, una API, un formato, un ecosistema y reglas de acceso. Se puede cumplir la letra de la licencia y traicionar su espíritu: tomar lo común, poner encima caja, control y dependencia, y luego contar que eso es innovación.

Sí, lo habéis entendido bien: los monstruos de la IT moderna se sostienen sobre un fundamento gratuito para ellos, construido durante décadas por geeks, hippies, anarquistas, académicos, idealistas e ingenieros tercios. Hicieron cosas que se pueden usar todo lo que se quiera, donde se quiera y para lo que se quiera. Sin pedir permiso. Sin mendigar acceso. Sin demostrar al dueño que eres un usuario lo bastante rentable.

SQLite es un ejemplo más silencioso de la misma lógica: la base de datos más extendida de la Tierra. No Excel, que no usa todo el mundo. No un gran sistema corporativo con comerciales, presentaciones y licencias. Una SQLite pequeña, fiable e integrable que usa casi todo el mundo, casi siempre sin saberlo.

SQLite está en cada Android, cada iPhone y dispositivo iOS, cada Mac, cada instalación de Windows 10/11, en Firefox, Chrome, Safari, Skype, iTunes, Dropbox, televisores, sistemas multimedia de coches e incontables aplicaciones.^[17] El propio proyecto escribe que el código está en dominio público y es libre para cualquier uso, comercial o privado.^[18]

Si os gusta Apple, uno de los sistemas más cerrados del mundo, bajo el capó tampoco hay solo desarrollo propio de Apple. El núcleo y partes básicas de OS X, el actual macOS, Apple los llamaba Darwin. La propia Apple escribía que Darwin es tecnología abierta basada en BSD, Mach 3.0 y tecnologías Apple.^[19]

Esto no significa que macOS sea FreeBSD entero. Significa otra cosa: incluso el producto cerrado más brillante se apoya en capas de software libre, cultura Unix/BSD y trabajo común de ingeniería. El fundamento común ajeno se toma directamente como código o como ideas, se cierra por encima con licencias de Apple y se vende bajo el logotipo de la manzana mordida.

Por eso la diferencia entre "se puede tomar" y GPL es tan importante. Una cosa es permitir que una corporación tome lo común, lo pule, lo cierre y ponga una caja en la entrada. Otra es decir: tomad, pero no os lo apropiéis. Mejorad, pero no quitéis a los siguientes la misma libertad.

El software libre muestra lo contrario de lo que cuenta el mito de mercado. Para crear sistemas colosales por complejidad e importancia no hacen falta necesariamente codicia, monopolio, garrote de patentes y caja en la entrada. La gente construye esas cosas no por una renta sobre cada copia: por curiosidad, oficio, irritación ante malas herramientas, deseo de resolver un problema propio, y muy a menudo por el deseo de hacer algo bueno para otros.

No porque el mercado la obligara. No porque le prometieran renta por cada copia. Sino porque a la gente realmente le es propio entender, compartir, enseñar, mejorar, construir lo común y dejar detrás algo que funciona.

Y el mercado llega después. Cuando ya hay algo que empaquetar, cerrar, vender y llamar innovación.

No esperar permiso

Después del software libre puede parecer un ejemplo pequeño. En realidad es el mismo nervio, solo que en la cultura.

Millones de personas en todo el mundo escriben canciones, montan grupos, graban, tocan conciertos, publican álbumes, ensayan en sótanos, habitaciones, garajes, estudios, escuelas, cocinas y con auriculares en mitad de la noche. No porque sea un plan de carrera racional.

Todo músico independiente conoce la aritmética. Casi nadie vivirá de la música. Casi nadie se convertirá en un gran grupo. Casi nadie llegará a la capa superior donde realmente hay dinero, equipo, promoción, giras, festivales, playlists y un presupuesto de producción normal.

Incluso cuando la industria presume del éxito del streaming, las cifras son frías. En 2024 Spotify tenía alrededor de 12 millones de personas que subieron música; solo el 2,3% generó más de 1000 dólares de pagos en la plataforma, y menos del uno por ciento superó los 5000 dólares.^[20]

Y eso no es beneficio del músico. Son pagos de la plataforma antes de repartir con sello, distribuidor, editorial, integrantes, productores, deudas e impuestos. Y antes de gastos de grabación, vídeos, publicidad, segmentación, PR, portadas, instrumentos, ensayos y viaje.

En la planta alta de la industria el dinero fluye hacia las tres majors — Universal Music Group, Sony Music Entertainment y Warner Music Group — hacia las plataformas, los dueños de catálogos y un número pequeño de equipos que en cada nicho se llevan la mayor parte de la atención.^[21]

El dinero va al dinero: a playlists y recomendaciones entra más fácilmente lo que ya fue empujado por presupuesto, contactos y máquina de promoción. Los demás conocen las reglas del juego de antemano. Y aun así tocan.

Esto importa. La música independiente no existe porque los músicos calculen mal. Normalmente calculan muy bien: cuánto cuesta el local de ensayo, cuánto cuesta grabar, cuánto cuesta la carretera, cuánto cuesta el mastering, cuánto cuesta la portada, cuánta gente vino, cuánto queda después del alquiler, la gasolina y el cable roto.

Y aun así escriben.

No como solicitantes a quienes la industria todavía no dio pase. No como gente que "tiene que" hacer gratis hasta que la dejen llegar a la caja. Sino como gente orgullosa de hacer música fuera de la lógica mercancía-dinero. Para nosotros la música no es mercancía, y la industria no es árbitro del sentido.

Porque la música no empieza con el mercado. Empieza antes: con el deseo de expresar lo que de otro modo no se expresa. Con la necesidad de convertir rabia, amor, miedo, vergüenza, ternura,

soledad, memoria y ruido en forma. Con el deseo de decir a otros: yo también siento esto; no estás solo; así suena.

La música se hace para dejar rastro. Para conservar el rostro del tiempo. Para fijar lo que normalmente se borra. Para reunir a los tuyos. Para dar a la gente un lugar donde al menos durante una hora deje de ser consumidor, empleado, función y línea en un informe.

Alguien hace música por orgullo profesional: porque un buen riff, un sonido preciso, una línea fuerte y un estribillo honesto tienen valor por sí mismos. Alguien por terquedad. Alguien por amor al escenario. Alguien porque callar es peor. Alguien porque de verdad quiere hacer el mundo mejor, aunque sea con una canción, un concierto, una persona en la sala.

El punk no inventó esta lógica, pero la dijo en voz alta: DIY, Do It Yourself, "hazlo tú mismo". No esperes permiso.

No esperes a que un sello te considere digno. No esperes a que el algoritmo decida que eres bastante cómodo para una playlist. No esperes a que alguien con presupuesto te explique que tu canción no encaja en el segmento. Escribe. Toca. Graba. Llama a la gente. Ayuda a otros a hacer lo mismo.

Pero la palabra "tú mismo" engaña. DIY casi nunca significa "solo". En la práctica es una red de ayuda mutua.

Una persona dibuja el cartel. Otra presta micrófonos. Una tercera sabe mezclar sonido. Alguien deja dormir al grupo. Alguien graba vídeo. Alguien escribe un post. Alguien trae un alargador. Alguien arregla un cable diez minutos antes del concierto. Alguien cobra la entrada para cubrir sala y gasolina. No para construir un imperio. Para que el concierto ocurra.

No es economía del beneficio máximo. Es lógica de una cosa común: hacer que algo aparezca en el mundo.

Dinero hay. Claro que hay. Hay que pagar sala, gasolina, cuerdas, grabación, dominio, impresión, instrumentos, sonido, transporte y tiempo. Pero el dinero no es el sentido supremo. Sirve a la cosa, no la sustituye. Y de eso se puede estar orgulloso.

Lo sabemos no por libros. Darwin's Cat tampoco nació de una estrategia comercial. Nadie nos montó como producto para un segmento de mercado. Nadie hizo un modelo financiero para saber si una canción se amortizaría. Hacemos música porque no podemos no hacerla. Es buena y queremos que la oigáis.

Si el ser humano por naturaleza busca solo beneficio, la música independiente no debería existir. No como startup que quema dinero temporalmente por un mercado futuro.

Sino así: sabiendo que el mercado probablemente nunca será el sentido principal de este trabajo. Que una canción no tiene por qué convertirse en activo. Que un concierto no tiene por qué ser una línea de plan de negocio.

Que detrás de una canción hay meses de trabajo: texto, música, arreglos, partes, demos, búsqueda de sonido, ensayos, grabación, mezcla, portada, web, primeras interpretaciones en directo.

Y todo eso puede oírlo cien personas. O diez. O una. Pero si una persona lo oyó de verdad — no lo

saltó, no lo puso de fondo, no cayó en una métrica de retención, sino que lo oyó — entonces ya no fue en vano.

Millones de personas siguen haciendo música no porque desconozcan la realidad, sino porque saben algo más importante sobre el ser humano. El ser humano no necesita solo recibir. Necesita expresar, compartir, testimoniar, discutir, consolar, enfadarse, amar, buscar a los suyos y dejar detrás un sonido en el que otro se reconozca.

Y si todo esto no cabe en el modelo de la máquina de extraer beneficios, el problema no está en la música.

El problema está en el modelo.

Volver al mito

Ahora se ve dónde se esconde el mito.

El mito no está en que la gente nunca busque beneficio. Lo busca. La gente puede ser codiciosa, cobarde, mezquina, cruel. Para eso no hace falta teoría económica.

El mito empieza donde esas cualidades dejan de llamarse por su nombre. Donde la codicia se declara naturaleza. Donde el egoísmo se llama racionalidad. Donde la explotación se llama eficiencia. Donde la debilidad ajena se convierte en oportunidad. Donde el cuidado se considera ingenuidad y la lucha de todos contra todos el estado normal del mundo.

Ese es el truco: las peores cualidades humanas no solo se reconocen como existentes. Se las vuelve presentables. Reciben traje, diploma, gráfico, término de negocio y justificación moral.

En el límite de ahí crece la conocida basura del darwinismo social: si alguien es más débil, más pobre o fue expulsado, entonces tiene la culpa y debe desaparecer del camino.

Pero acabamos de ver otra cosa.

Incluso el negocio, cuando necesita hacer algo complejo, se repliega dentro de la empresa y sustituye el mercado por coordinación. La competencia, si se la deja sin límites, tiende no a la libertad eterna, sino al monopolio.

El software libre muestra que la gente es capaz de crear un fundamento común del mundo y protegerlo de la apropiación. La música independiente vive no como línea de producto, sino como forma de hablar, tocar, compartir y ser escuchados.

No son pequeñas excepciones. Son enormes pedazos de realidad.

Ahí ocurre la sustitución principal. No es el sistema de mercado el que educa cierto tipo de comportamiento; el ser humano sería supuestamente de mercado por naturaleza. No es el sistema el que premia al depredador; el depredador supuestamente encaja mejor con la realidad. No son las reglas del juego las que empujan a acumular poder; el vencedor simplemente habría ganado limpiamente.

El mito es cómodo justamente por eso. Quita responsabilidad a la organización del mundo y la

traslada al ser humano.

Si te expulsaron — significa que eres "más débil". Si alguien tomó el acceso común — significa que es "más eficiente". Si la libertad terminó para todos salvo para el vencedor — significa que así funciona la "naturaleza". Si alguien hace algo no para el mercado — significa que es "ingenuo", "tonto" o simplemente todavía no entendió cómo monetizarlo.

Pero eso es mentira.

El ser humano no es una máquina de extraer beneficios. Es más complejo. Puede ser codicioso. Puede ser cruel. Puede traicionar, negociar, presionar, tomar. Pero también puede entender, compartir, enseñar, ayudar, construir lo común, hacer música no para el mercado, escribir software libre y entregar años de vida a cosas que no prometen beneficio.

Vivimos en mitos. No es un insulto. Es la forma humana de reunir el mundo en sentido. Tenemos un cerebro que sabe no solo contar calorías, riesgos y dinero, sino también crear historias sobre qué importa, qué es admisible, de qué hay que avergonzarse, qué es bello y por qué vale la pena vivir.

El viejo mito probablemente no fue diseñado en una mesa como conspiración. Creció del comercio, los imperios, la contabilidad, los manuales y los vencedores que explicaban su victoria como orden natural. Luego empezó a reforzarse a sí mismo: cuanto más la sociedad premiaba el beneficio, más verosímil sonaba la idea de que el ser humano es beneficio.

Pero si los mitos reúnen el mundo, no se los puede dejar al azar. No estamos obligados a vivir dentro de una historia que se hizo fuerte por accidente y ahora justifica lo peor del ser humano. Somos seres racionales. Podemos elegir qué historias repetir, qué valores transmitir, qué imágenes del ser humano coser en la escuela, el trabajo, la cultura, la tecnología y la música.

Así que la pregunta no es si vivir con mitos o sin mitos. Sin ellos no se puede. La pregunta es qué mitos gobernarán nuestra vida.

No tenemos por qué resignarnos a un mito que justifica codicia, explotación, cinismo y poder del más fuerte como "orden natural". Podemos crear otros mitos. Más honestos. Más humanos. Mitos en los que la fuerza no da derecho a aplastar, sino obligación de ayudar. Donde lo común no es de nadie solo hasta que lo roba el vencedor. Donde una persona vale no porque ganó, sino porque es persona.

Conocemos el problema. Pensamos en él. Y lo resolveremos. No rápido, no limpio, no sin errores. Pero lo resolveremos, porque la humanidad ya se ha reinventado muchas veces cuando las viejas historias se hicieron demasiado estrechas.

Darwin's Cat también crea mitos. Pequeños, ruidosos, imperfectos. Quizá sea un fragmento microscópico del siguiente mito, más humano. Un mito en el que el ser humano por fin deje de justificar lo peor de sí mismo y empiece a construir el mundo alrededor de lo mejor.

Así será.

Oi!

[1] Statistisches Bundesamt (Destatis), Studienanfänger/-innen im 1. Fachsemester nach Fächergruppen, Studienjahr 2024/2025:

<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Tabellen/studierende-erstes-fs-faechergruppen.html>

[2] Yuval Noah Harari, *Sapiens: A Brief History of Humankind*, chapter 2, "The Tree of Knowledge": <https://www.ynharari.com/topic/power-and-imagination/>

[3] Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Book I, Chapters I-IV.

[4] David Graeber, *Debt: The First 5,000 Years*, chapter 2, "The Myth of Barter": <https://davidgraeber.org/books/debt-the-first-5000-years/>

[5] Ronald H. Coase, "The Nature of the Firm", *Economica* 4(16), 1937, pp. 386-405, DOI: 10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x.

[6] Es el problema clásico de la ruina del jugador. En un juego justo con capital total N y capital inicial i , la probabilidad de llevárselo todo es i/N . Aquí el jugador pobre tiene $i = 2$, $N = 102$, así que su probabilidad final de victoria es $2/102 = 1/51$, aproximadamente 1,96%. La del jugador rico es $100/102 = 50/51$, aproximadamente 98,04%. Duración esperada de esa partida: $i(N - i) = 2 * 100 = 200$ rondas.

[7] Android Open Source Project, "Kernel overview": Android kernel is based on an upstream Linux Long Term Supported kernel. <https://source.android.com/docs/core/architecture/kernel/core-kernel-reqs>

[8] Google, "The Android Show: I/O Edition", 13 May 2025. <https://blog.google/products-and-platforms/platforms/android/the-android-show-io-2025/>

[9] W3Techs, "Usage statistics of Linux for websites", 15 May 2026. <https://w3techs.com/technologies/details/os-linux>

[10] GNU Project, "What is Free Software?", the four essential freedoms. <https://www.gnu.org/philosophy/free-sw.en.html>

[11] GNU Project, "Frequently Asked Questions about the GNU Licenses": improved released versions must remain free software; the public right to use a GPL program cannot be withdrawn. <https://www.gnu.org/licenses/gpl-faq.html.en>

[12] The Linux Kernel documentation, "Linux kernel licensing rules": the Linux kernel is provided under GPL-2.0 only. <https://www.kernel.org/doc/html/latest/process/license-rules.html>

[13] Debian, "Debian 13 trixie released", 9 August 2025: total count of 69,830 packages and 1,463,291,186 lines of code. <https://www.debian.org/News/2025/20250809>

[14] Eric S. Raymond, "The Halloween Documents", archive of leaked Microsoft internal memoranda on open source and Linux. <http://www.catb.org/~esr/halloween/>

[15] Linux.com, "Microsoft's Ballmer: Linux is a cancer", 1 June 2001. <https://www.linux.com/news/microsofts-ballmer-linux-cancer/>

[16] Fortune/CNNMoney, "Microsoft claims software like Linux violates its patents", 14 May 2007. https://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2007/05/28/100033867/

[17] SQLite, "Most Widely Deployed and Used Database Engine". <https://www.sqlite.org/mostdeployed.html>

[18] SQLite, "About SQLite". <https://sqlite.org/about.html>

[19] Apple Developer, "Kernel Architecture Overview": Darwin technology is based on BSD, Mach 3.0, and Apple technologies; Darwin technology is Open Source technology. <https://developer.apple.com/library/archive/documentation/Darwin/Conceptual/KernelProgramming/Architecture/Architecture.html>

[20] Digital Music News, "Spotify Says They Paid 1,450 Artists Over \$1 Million in 2024", 12 March 2025. Es una fuente secundaria: el artículo resume datos de Spotify Loud & Clear 2024, incluidos unos 12 millones de personas que subieron música, 2,3% por encima de \$1,000 y menos del 1% por encima de \$5,000. <https://www.digitalmusicnews.com/2025/03/12/spotify-loud-and-clear-2024/>

[21] Universal Music Group: https://en.wikipedia.org/wiki/Universal_Music_Group; Sony Music Entertainment: https://en.wikipedia.org/wiki/Sony_Music; Warner Music Group: https://en.wikipedia.org/wiki/Warner_Music_Group