



## ENSAYO

### OPACIDAD Y NITIDEZ EPISTÉMICA EN LA ECONOMÍA DE PLATAFORMAS. ORGANIZACIONES QUE LAS PRODUCEN, SOSTIENEN Y RECREAN

### EPISTEMIC OPACITY AND EPISTEMIC TRANSPARENCY. ORGANIZATIONS THAT PRODUCE, SUPPORT AND RECREATE THEM IN PLATFORM ECONOMIES

**PABLO MATÍAS HERRERA** | <https://orcid.org/0000-0002-5961-2090> | [pablomatias Herrera@gmail.com](mailto:pablomatias Herrera@gmail.com) | Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, Argentina

**ANA INÉS HERAS** | <https://orcid.org/0000-0002-0844-1682> | [aheras@unsam.edu.ar](mailto:aheras@unsam.edu.ar) | Laboratorio Investigaciones Ciencias Humanas, Escuela Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Argentina. Instituto para la Inclusión Social y el Desarrollo Humano, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.

#### Resumen / Abstract

Los cambios tecnológicos de los últimos años han permitido la emergencia, la consolidación y –en algunos casos– el dominio de los negocios de plataformas. El crecimiento de este tipo de empresas ha sido muy veloz desde mediados de la década del noventa, propiciado por transformaciones tecnológicas y de conexión digital. Sin embargo, no todos los usos de las plataformas en internet son por parte de empresas, ni todas las empresas tienen una organización capitalista. Existen desarrollos digitales y plataformas cuyo modo es social solidario y se apoyan en la tradición del código abierto, el espacio compartido, el intercambio no lucrativo y el trabajo permanente de socialización de lo que se va generando como conocimiento.

En este trabajo realizamos, en primer término, una revisión de la literatura del campo que denominamos Economía de Plataformas para situar el concepto de opacidad epistémica y explicar el poder de dominación que este modo construye. Pondremos a discusión la distinción entre dos posiciones. Una, que denominamos plataformas comerciales de lucro, con opacidad epistémica y dominación social, y otra, que llamamos de nitidez epistémica, en tanto son espacios públicos de acceso libre y gratuito para producir y compartir el común social y solidariamente.

**Palabras clave: economía de plataformas; plataformas digitales; opacidad epistémica; nitidez epistémica.**

Technological changes in recent years have allowed the emergence, consolidation and-in some cases- dominance of platform businesses. The growth of this type of companies has been very fast since the mid-nineties, fostered by technological transformations and digital connection. However, not all uses of internet platforms are performed by companies, nor all companies have a capitalist organization. There are social-in-solidarity digital developments and platforms, based on open source, shared space, non-profit exchange, and a permanent work of socializing of what is being generated as knowledge.

In this paper, we first present a literature review of the field we call Platform Economy, to position the concept of epistemic opacity and explain the power of domination built by this mode. We will discuss the differences between two positions. One, which we call commercial platforms for profit with epistemic opacity and social domination, and another, which we call epistemic transparency as they are free and open access public spaces to produce and share the capital stock jointly and severally.

**Key Words: platform economy; digital platforms; epistemic opacity; epistemic sharpness.**



Ciencias Administrativas se encuentra bajo una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial- CompartirIgual 4.0 Internacional

Clasificación JEL: O320

Recibido: 15/05/2022

Aprobado: 11/06/2022

Publicado: 28/02/2023

## Introducción

Los cambios tecnológicos de los últimos años han permitido la emergencia, la consolidación y –en algunos casos– el dominio de los negocios de plataformas. El crecimiento de este tipo de empresas ha sido muy veloz desde mediados de la década del noventa, propiciado por transformaciones tecnológicas y de conexión digital. Asimismo, esto se tradujo en un llamado a generar políticas públicas que acompañaran al empresariado a desarrollar el comercio en línea en distintos países, así como a establecer acuerdos de comercio entre países y regiones (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2019). Sin embargo, no todos los usos de las plataformas en internet son por parte de empresas, ni todas las empresas tienen una organización capitalista. Existen desarrollos digitales y plataformas cuyo modo es social solidario y se apoyan en la tradición del código abierto, el espacio compartido, el intercambio no lucrativo y el trabajo permanente de socialización de lo que se va generando como conocimiento (DisCO, 2020).

En este trabajo realizamos así, en primer término, una revisión de la literatura del campo que denominamos Economía de Plataformas, para situar el concepto de opacidad epistémica y explicar el poder de dominación que este modo construye sobre usuarios, trabajadores y la sociedad en general. Así, ponemos en foco la aparente paradoja que presenta el máximo acceso, despliegue y exposición de los usuarios junto con la máxima clausura y apropiación por parte de las organizaciones de las plataformas empresariales con fines de lucro.

A continuación, nos interesa mostrar otro tipo de experiencias donde los usuarios (trabajadores o navegantes de plataformas) –en tanto disponen de las herramientas y conocimientos para manejarse en esos medios virtuales– producen y obtienen datos y los usan e intercambian para fines social solidarios. En estas plataformas el acento está puesto en la generación de bienes comunes que se usan, comparten y que, además, se transforman abiertamente en dicho uso, tomando la noción de transformación en varios sentidos: al efectuar acciones libres sobre objetos cocreados, dichos objetos están en transformación constante (por ejemplo, un software). Pero, además, al entrar en relación con otras situaciones virtuales (plataformas, por ejemplo) se inventan nuevas objetualidades digitales: algo nuevo emerge, que se pone a disposición de esa comunidad que accede con libertad a las novedades (por ejemplo, las revistas científicas de acceso abierto).

De este modo, y a partir de un primer análisis de estas formas de proceder, pondremos a discusión la distinción entre dos posiciones. Una, que denominamos plataformas comerciales de lucro, con opacidad epistémica y dominación social, y otra, que llamamos de nitidez epistémica, en tanto son espacios públicos de acceso libre y gratuito para producir y compartir el común social y solidariamente. Concluimos, sin embargo, que en tanto ambas formas de operar en plataformas digitales conviven en el espacio virtual, estos modos permanecen en equilibrio inestable entre ellos, sugiriendo que existe una miríada de situaciones donde se combinan diferentes aspectos de ambos modos. Dejaremos así planteado, como un punto nuevo a explorar que emerge del análisis presentado aquí, este aspecto acerca de las situaciones liminales entre estos modos distintos y sus posibles efectos.

## Plataformas digitales en la economía de plataformas

En el presente apartado presentamos un acercamiento hacia el modo en que se construyó el liderazgo y la consolidación de plataformas que se desarrollan en torno a una dinámica capitalista de acumulación. Esta acumulación se caracteriza por fundamentarse en el sistemático orden de producir datos para todos los usuarios, en la oclusión de las formas en que se procede, en su extracción y su comercialización para generar riqueza. A continuación, presentamos una revisión ordenada de la literatura del campo de las plataformas digitales y el cambio que han introducido en el funcionamiento de la economía y en el campo organizacional caracterizado por un entorno de Big Data. También, describimos el modelo de negocios que implementan.

La economía de plataformas es uno de los tantos términos utilizados en la literatura para describir un fenómeno en el que las organizaciones de mayor crecimiento implementan un modelo de negocios que se fundamenta en las transacciones dinamizadas a través del procesamiento de datos. De esta manera, es una economía donde predominan las transacciones realizadas a través de plataformas digitales. Estas transacciones, en la actualidad, se encuentran intermediadas por un grupo pequeño de organizaciones

consolidadas como líderes a nivel mundial y regional que, con su dinámica, modifican la economía en su conjunto. A nivel mundial, son ejemplos Amazon, Apple, Google, Facebook y Microsoft. A nivel regional, Mercado Libre.

Como desarrollo tecnológico, las plataformas digitales son algoritmos y estructuras de software que procesan datos en la nube (Zysman y Kenney, 2018). Estas plataformas proveen un conjunto de técnicas, tecnologías e interfaces a un amplio conjunto de usuarios que les permite desarrollar diferentes productos. En lo que concierne al contexto organizacional, las plataformas digitales se presentan como un insumo tecnológico que les permite innovar en un contexto de Big Data. Las diferentes formas de comprender el fenómeno de Big Data, ya sea abriendo preguntas que permitan reflexionar sobre el desarrollo organizacional (Boyd y Crawford, 2012; Constantiou y Kallinikos, 2015) o ya sea en términos instrumentales para facilitar la provisión de productos y servicios (Davenport, 2014; Schmarzo, 2013), son el reflejo de diferentes desarrollos conceptuales que se produjeron en la literatura de los últimos cuarenta años. Estos desarrollos están vinculados con la incidencia de las tecnologías de la información en el contexto organizacional.

Los conceptos para describir y analizar el fenómeno fueron cambiando centralmente por dos motivos. El primero es que existe (y continúa existiendo) una transformación muy veloz en el medio digital, en los dispositivos móviles y no móviles que se usan para interactuar en dicho medio, y en las formas de organización del acceso a la información. El segundo es que, a lo largo del tiempo, se fueron produciendo interpretaciones distintas, desde campos disciplinares diversos, pero también desde la práctica asociada a la economía de plataformas, que se caracteriza por tener un sector muy robusto de investigación aplicada. Así, Shapiro y Varian, en 1999 analizaron los desarrollos ligados a la economía de red y economía de la información. En su caso, destacaron las posibilidades que dichas formas económicas parecían inaugurar. Sin embargo, durante la misma década, otros científicos aplicados comenzaron a advertir acerca de la captura de datos que, además, según su perspectiva, se producía a través de maniobras de engaño y manipulación para con los usuarios. Stallman (2002) fue uno de los que propuso hablar de “la puerta de atrás”, por donde las grandes empresas podían acceder a los datos de los usuarios para a) comprender los patrones de uso de los medios y soportes virtuales, b) producir sistemas digitales para continuar obligando a los usuarios a realizar ciertas transacciones y conductas y c) comercializar dichos datos y usarlos, también, para continuar desarrollando lo que nosotros denominamos aquí software compulsivo.

Más recientemente, el campo acuñó el término de economía de plataformas (Kenney y Zysman, 2016) sin necesariamente analizar críticamente qué produce ese tipo de economía, y con un señalamiento crítico han emergido denominaciones como capitalismo de plataformas (Srnicek, 2018) o capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2019).

Independientemente de las interpretaciones conceptuales realizadas acerca de la evolución de este fenómeno, lo cierto es que la incorporación de las plataformas digitales de manera temprana por ciertas organizaciones ha permitido que estas se consolidaran como líderes comerciales en el siglo XXI. Estas empresas se convirtieron en grandes grupos de dominio sobre cómo se producen los dispositivos tecnológicos, aprovechando fenómenos económicos de la información ya descritos hace veinte años (Shapiro y Varian, 1999).

Con la emergencia de las organizaciones-plataforma, en la literatura han aparecido trabajos que analizan las especificidades de los modelos de negocios de estas organizaciones y las características que los distinguen de los modelos de negocios tradicionales o lineales (Moazed y Johnson, 2016; Parker et al., 2016). Los modelos de negocios lineales representan a organizaciones que crean valor a partir de la transformación de insumos en nuevos productos y servicios terminados y capturan valor en el momento en que estos productos y servicios son vendidos a los consumidores. Los productos y servicios, dentro de estos modelos de negocios, tienen un valor inherente y la tecnología es utilizada para mejorar el proceso de producción y distribución. Estas mejoras se traducen generalmente en una reducción de costos que le permite a la organización aumentar los beneficios. Las organizaciones-plataforma plantearon una distinción sustancial con respecto a los modelos de negocios lineales; en los modelos de negocio de plataforma, la creación de valor se produce a partir de facilitar transacciones entre uno o más grupos de usuarios independientes con una necesidad específica y la captura de valor se produce a través del procesamiento de los datos involucrados en esas transacciones.

Para que una transacción se concrete, es necesario conectar el valor producido con un usuario consumidor y que este último compense, dentro de la plataforma, al usuario productor de ese valor. Para que todo el proceso de la transacción se realice dentro de la misma plataforma la organización realiza diversas acciones. Por ejemplo,

convoca usuarios y los conecta dentro de la plataforma; proporciona funcionalidad a la plataforma a través de un equilibrio entre las características del producto que se ofrece y la tecnología que se debe desarrollar; y establece reglas para facilitar el intercambio de valor. Todas estas acciones nucleadas representan la dimensión propuesta/creación de valor de los modelos de negocios de las plataformas. En el próximo apartado, a partir de una síntesis del entorno que dio lugar a la emergencia y consolidación de las organizaciones-plataforma, revisamos la dimensión captura de valor que permite comenzar a elaborar la noción de opacidad epistémica que caracteriza el desarrollo de estas organizaciones.

## La opacidad epistémica como resultado del desarrollo de las plataformas digitales

Las organizaciones-plataforma se desarrollaron en un entorno que contribuyó con su emergencia y consolidación. La década de los 90' comenzó con la disposición de un espacio común para la circulación libre de la información digital –internet– y con una lógica organizacional que, sustentada en las ideas de una mayor eficiencia y habilitada por las reglas del libre mercado, estaba dispuesta a privatizar este espacio. Como resultado de este escenario, se desarrolló una teoría acerca de la economía de la información. Su estructura de costes particular puso de manifiesto oportunidades vinculadas con la discriminación de productos y de precios que hizo repensar a las organizaciones la forma en la que comercializaban la información. Estas oportunidades fueron aprovechadas por organizaciones que lograron una rápida consolidación en los primeros años del nuevo milenio. Con la emergencia de las posibilidades que brinda un entorno de *Big Data* y aprovechando el cercamiento temprano del espacio virtual por el cual circula la información, esas empresas se consolidaron como oligopolios que lograron diferenciarse de los monopolios tradicionales y lo hicieron aplicando los desarrollos teóricos, científicos y tecnológicos del campo de la información.

La estructura de costos de la información, con costos marginales prácticamente nulos, fue la motivación principal para que las plataformas digitales aprovecharan los efectos de red que presenta internet. Por cada nuevo usuario que se une a la red, aumenta el valor de la red (Varian, 2016) y las organizaciones plataforma, además de aprovechar las economías de escala por el lado de la oferta, podían aprovechar las economías de escala por el lado de la demanda. A la parte de los beneficios que obtiene la organización derivados de los efectos de red mediante diferentes formas de monetización se les denomina renta de red (Mazzucato et al., 2020). Este tipo de renta representa la parte visible de la captura de valor que realizan las plataformas. Sin embargo, las plataformas obtienen una renta adicional que proviene de la extracción de los datos que aportan los usuarios en diferentes transacciones y su posterior manipulación para producir información que es comercializada. Este tipo de rentas, que Mazzucato et al. (2020) denominan rentas algorítmicas, representa la parte de la captura de valor que queda invisibilizada para los usuarios.

Esta capacidad técnica que adquieren las organizaciones con la utilización de plataformas digitales y que las habilita a extraer valor en cada una de las transacciones realizadas, las dota de un poder que las distingue de los monopolios tradicionales que en la literatura ha sido designada como poder de plataformas. Mazzucato et al. (2020) atribuyen que el poder de la plataforma se deriva de un poder de asignación que permite a la plataforma, mediante información, manipular la realización de transacciones. Culpepper y Thelen (2020) argumentan que el poder de la plataforma se establece a partir de una alianza con los usuarios que otorgan un consenso permisivo para que las plataformas se desarrollen. Por su parte, Khan (2018) establece una taxonomía de las fuentes de poder que se derivan de considerar las potencialidades tecnológicas de las plataformas digitales y a la información como un bien.

En la literatura se advierten también diferentes posicionamientos acerca de la consolidación y el poder que ejercen estas organizaciones sobre sus usuarios. Mientras que en un extremo se plantea un mejoramiento en la eficiencia organizacional habilitada por la aparición de transacciones mediadas por las computadoras (Varian, 2014, 2016), en el otro se plantea el desarrollo de un proceso de extracción de datos que son comercializados en un mercado de comportamientos futuros (Zuboff, 2015, 2019).

Independientemente del posicionamiento sobre la consolidación de estas organizaciones, el resultado de este fenómeno refiere a una dinámica de acumulación capitalista liderada por plataformas comerciales de lucro que ejercen una dominación social y ocultan al resto de los usuarios la forma mediante la cual se procesa la información (Culpepper y Thelen, 2020; Cutolo y Kenney, 2021; Gandy, 2021; Mazzucato et al., 2020; Rahman y Thelen, 2019). El resultado del desarrollo de estas organizaciones resulta en un proceso que opaca las formas de

acceder al conocimiento que tiene la sociedad en su conjunto y para contribuir con la comprensión de este proceso, consideramos de utilidad comprender a las plataformas digitales como mercados de datos (García Fronti y Herrera, 2021).

Siguiendo a Çalışkan y Callon (2009, 2010), los mercados se pueden conceptualizar como ensamblajes sociotécnicos a partir de tres características: organizan la producción y la circulación de bienes, así como la transferencia voluntaria de los derechos de propiedad; son un arreglo de componentes heterogéneos; delimitan y constituyen un espacio de confrontación y luchas por la fijación de precios. En el caso del mercado de datos, el bien es el dato mismo.

La primera característica de los mercados se encuentra asociada al procesamiento de datos que realizan las plataformas. En un primer momento se realiza la recolección, el almacenamiento automatizado de una enorme cantidad de datos no seleccionados. Luego se realiza el tratamiento automatizado de las cantidades masivas de datos acumulados para establecer correlaciones entre ellos generando algún tipo de saber probabilístico que se constituirá como información. Por último, la información es comercializada en el mercado de datos y se intercambian los derechos de propiedad por contraprestaciones. Todo este proceso organiza la producción y la circulación de datos e información, así como también la transferencia de los derechos de propiedad que se efectúan en cada transacción realizada dentro de las plataformas de acuerdo con un conjunto de reglas que ellas mismas diseñaron.

La segunda característica referente al arreglo de componentes heterogéneos también se manifiesta en las plataformas digitales. En el mercado de datos, por un lado, se encuentran las plataformas como demandantes de datos personales y oferentes de información (datos procesados). Por otro lado, hay usuarios que demandan información y proveen sus datos. Cada uno de estos participantes tiene a disposición diferentes técnicas y tecnologías que los habilita a participar dentro de este mercado. El arreglo sociotécnico (heterogéneo) de oferentes y demandantes equipados con tecnologías hacen a la capacidad de cálculo de cada uno de ellos.

Finalmente, la tercera característica de los mercados, también se manifiesta en las plataformas digitales. Estas organizaciones delimitan y constituyen el espacio de confrontación y luchas por la fijación de precios. El precio al cual se intercambian los datos y la información se construye en forma dinámica por las relaciones entre las valoraciones que realiza cada una de las partes que participan en el mercado. Estas valoraciones son el resultado de la capacidad de cálculo de los componentes heterogéneos. Es decir, quienes calculan no son la organización o el usuario, sino los ensamblajes sociotécnicos, la organización y los usuarios equipados con técnicas y tecnologías. La asimetría de cálculo a favor de las plataformas y en detrimento de los usuarios es evidente.

La diferencia en las capacidades de cálculo permite comprender diferentes fenómenos relacionados con la economía de plataformas. En primer lugar, contribuye a la comprensión de por qué un usuario consumidor de la plataforma está dispuesto a entregar datos en el mercado por una valoración relativamente inferior (prácticamente nula) a lo que el dato luego, transformado en información, es comercializado (vendido al mejor postor) en ese mismo mercado. En segundo lugar, posibilita entender por qué una organización a partir de la adquisición de una plataforma digital puede incrementar su capacidad de cálculo y extraer renta de sus usuarios. En tercer lugar, permite comprender los esfuerzos que realizan estas organizaciones por mantener invisibilizado este mecanismo en un proceso de acumulación y concentración continuo.

Mientras que el funcionamiento del mercado de datos permanezca oculto, la extracción de valor que realizan las organizaciones-plataformas es permanente. Además, el desarrollo de estas organizaciones –que es legitimado dentro de una sociedad que normaliza su funcionamiento y accede a información manipulada– resulta en un acceso opaco al conocimiento –opacidad epistémica– que caracteriza a la sociedad en su conjunto. Un primer paso que contribuye a la reflexión acerca de este fenómeno es profundizar en distintas alternativas para el desarrollo de las plataformas digitales. En el siguiente apartado se analizan organizaciones que sustentan sus formas de negocio en relaciones social solidarias.

## Desarrollos organizacionales alternativos en la economía de plataformas

En esta sección nos ocuparemos del siguiente interrogante: ¿Qué dice la literatura sobre producción de valor con relación a la manipulación de Big Data en las plataformas digitales cuya forma se sustenta en relaciones social solidarias? La situación actual descrita anteriormente, por la cual las plataformas digitales generan ganancias tan grandes, hace necesario recordar cómo, en los inicios de la masificación de la computación, existió una conducta que permitía



desarrollar, compartir, intercambiar y perfeccionar de manera libre los programas. Es decir, eran transacciones no monetizadas.

Asimismo, eran situaciones donde el interés por desarrollar algo distinto, nuevo y que presentaba situaciones-problema para resolver constituía el motor; por lo tanto, colaborar y compartir el conocimiento generado, haciéndolo disponible a la comunidad que estaba desarrollándose, era una norma y no una excepción. Se ha documentado que entre 1970-1980 esto fue cambiando y, actualmente, es un negocio de grandes empresas (Bollier, 2003). Además, el desarrollo de software se vincula con el negocio de desarrollo de hardware: en tanto el software libre había permitido una gran flexibilidad en la relación hardware-software, precisamente porque su código abierto se adapta al entorno a la vez que lo varía, el negocio de privatizar el desarrollo de software ha tenido graves consecuencias sobre la mercantilización del hardware. Se van precisando equipos diferentes cada vez que puedan soportar (support) distintos paquetes de software que al actualizarse en forma comercial hacen necesario cambiar el equipamiento.

Uno de los más fervientes investigadores y programadores del momento, Stallman, en su escrito sobre el GNU Project (2002), explica su relación con el software libre inicial y la posterior evolución de la marketización del software, comentando su frustración en la década de 1980 por el cariz que tomó la (luego llamada) industria del software. Rememora la forma en que realizó los primeros pasos para crear el GNU, el sistema operativo libre que permitió luego el desarrollo de la comunidad de software libre y del principio de copyleft. Estos datos del contexto histórico por el cual se fueron produciendo los cambios que hoy hacen posible una economía privatizada de plataformas, con ganancias exorbitantes, nos permiten preguntarnos sobre la legitimidad y legalidad de estas construcciones de negocios. Es un hecho que las leyes de los distintos países han ido protegiendo estos avances que hicieron posible el camino desde la total libertad y generación de bienes comunes digitales a la total privatización a través de cercamientos de distintos tipos de dichos bienes.

Algunos trabajos recientes (Thatcher y Dalton, 2022) se están preguntando sobre los niveles de clausura (enclosure) de los bienes primarios que, en este caso, son los datos de los usuarios. Sus cálculos indican que la ganancia que las compañías producen con los Big Data proviene de la enorme cantidad de usuarios que “hacen clicks” y de lo que hacen con esa información las compañías que capturan dichos clicks. Éstas son economías de gran escala que, además, parecen ser inagotables, por un lado, y por otro, según ellos mismos indican, descansan en la increíblemente desigual relación entre cada usuario y las plataformas que capturan data. Además, son los mismos usuarios quienes trabajan para producir los datos. Adicionalmente, otro aspecto que produce esta desigualdad tan tajante es quién puede hacer qué con esos datos o masas de datos: los usuarios, nada; las grandes corporaciones, muchísimo: es a través de esas grandes agregaciones de datos que pueden producir análisis sobre (por ejemplo) tendencias, conductas, escenarios, y así generar estrategias de compra y venta o de modelación de escenarios en los consumos digitales.

Por eso resulta interesante comprender la dinámica por la cual el conocimiento es producido y mostrado pero ocultado al mismo tiempo (por ello, es opaco) a través de mecanismos de cercamiento y clausura (enclosure) y del simultáneo uso de mecanismos de visibilidad (supuesta explicación de cómo se hace esto a los usuarios y presión para una máxima exposición de los usuarios por medio de clicks que los van obligando a realizar ciertos tipos de circuitos). Mostrar la opacidad epistémica en comparación con la conducta de la tradición del software libre nos permite abogar por un desarrollo tecnológico del cual se beneficie la sociedad en su conjunto y no algunos pocos que lucran con los datos y con las acciones que sus compañías cotizan en la bolsa de valores, con los tipos de ganancias que ya indicamos más arriba para Mercado Libre como ejemplo.

A diferencia de lo dicho sobre estas plataformas con opacidad epistémica, encontramos hoy espacios virtual-digitales con una orientación hacia relaciones horizontales (peer to peer - P2P), cooperativas y solidarias, por ejemplo, la plataforma DisCO que se define como un commons (bien común de propiedad colectiva y pública) generado entre pares, cooperativo y con orientación de economía feminista. DisCO se considera por lo tanto una alternativa frente a otras plataformas descentralizadas como DAO (Decentralized Autonomous Organizations) y también frente a todos los otros modos de operar en el espacio virtual-digital. DAO son entidades blockchain que ejecutan pagos o refuerzan los términos en que se establecen relaciones contractuales entre partes, pero sin intervención de personas humanas.

DisCO, por otro lado, dice:

(we) takes a friendly but carefully planned approach to people working together to create value in ways that are cooperative, commons-oriented and rooted in feminist economics. DisCOs are amplified by the power of Distributed Ledger/Blockchain technologies, harnessing the utility of tech without being

completely tech-centric, emphasizing mutual trust and remembering to have fun. (DisCO, 2020, “What is DisCO?”, párrafo 2)

La plataforma DisCO prioriza un enfoque de mutualidad y cooperativismo. Convoca a organizaciones que tienen una inserción fuertemente local pero que se vinculan transnacionalmente y su orientación es hacia un trabajo social y medioambiental. DisCO reconoce, sin embargo, a DAO como “sus parientes”, pero se diferencian en los siguientes dos aspectos: a) no usan crypto economic mechanism design como incentivos, penalidades y secretos y b) se relacionan con el dinero de modo diferente. Es importante poner en contexto histórico estas iniciativas contemporáneas para comprender lo que fue permitiendo su existencia a nivel tecnológico y las conclusiones que nos permiten ir pensando acerca de lo que queremos puntualizar como nitidez epistémica. En otras palabras, la tecnología virtual digital puede efectuar un modo oculto (en donde se produce un lucro abismal con cada click) o un modo abierto, no solamente de código abierto sino de nitidez, claridad y solidaridad en los intercambios. Aquí un concepto importante es el de digital commons, que explicamos a continuación.

Bollier (2008) puntualiza que ya desde 1980, con la creación de algunas formas de software libre y el comienzo de uso de internet fuera del ámbito estrictamente militar estadounidense, existió la oportunidad de que el acceso libre (y por tanto las relaciones abiertas entre diferentes partes) pudiera hacerse efectivo. Bollier llama a esta posibilidad “un salto grande” en el que cualquier persona puede estar en línea; ubica esta cuestión además en relación con la dominación que habían venido ejerciendo los mass media, que, más que informar o brindar acceso a información necesaria, se fueron constituyendo en formadores de opinión y en agentes de diferentes tipos de lobbies.

Además, Bollier (2008) destaca que la internet permite una capacidad de recombinación rápida que se sostiene en coordinaciones automatizadas tales como motores de búsqueda, y en relaciones no autómatas tales como redes sociales formales e informales, sitios web de acceso libre, u otras formas que combinan modos virtual-digitales con modos físicos cara a cara. Denomina viral a dicha recombinación rápida, justamente haciendo eco de la terminología del campo. Bollier estima que estas capacidades y características son fuente de una inagotable posibilidad de innovación y creación.

El pensamiento de Bollier, como decíamos, se asienta en su investigación sobre los commons que él define del siguiente modo, refiriéndose a los bienes comunes digitales virtuales y a sus efectores:

The commons — a hazy concept to many people — is a new paradigm for creating value and organizing a community of shared interest. ... The *commoners* wish to transcend the limitations of copyright law in order to build their own online communities. (Bollier, 2008, p. 6)

En la Argentina, existen algunos desarrollos social solidarios que toman en cuenta las perspectivas que fuimos enumerando aquí, de dos maneras. Por una parte, existen cooperativas de trabajo de desarrolladores de software que se preocupan por trabajar con un enfoque de acceso abierto. De esta manera, cuando asisten a su clientela, les proporcionan un modo de acceder a la información tal que los mismos usuarios pueden disponer de herramientas para moverse dentro del entorno digital, generar sus propios códigos y asumir una manera de relacionarse que podríamos homologar a la que en la agricultura familiar se conoce como de “prosumidor”, es decir, productor/consumidor trabajando juntos para satisfacer las necesidades y generar intercambios solidarios.

Por otra parte, además de que las cooperativas organizan su trabajo—precisamente— como cooperativa (es decir, de un modo social solidario donde todos sus miembros comparten el acceso a la información que genera su trabajo y comparten equitativamente el fruto de su trabajo), como dijimos anteriormente, también extienden esa perspectiva solidaria a la relación con los usuarios. Pero, un dato más, que resulta importante, es que, en ese modo de trabajo, las invenciones (informáticas, organizacionales, de intercambios y de nuevos negocios) surgen en diálogo entre partes que se comunican para producir entornos digitales al servicio de proyectos singulares. Y dichos proyectos no tienen como fin extraer, lucrar o vender datos, sino producir un trabajo social solidario que permita un mejor acceso a un público más amplio al entorno digital. En este sentido, su orientación es de distribución y no de concentración.

## Conclusiones

Estamos en condiciones de afirmar que en el mundo digital hoy existen al menos dos posiciones que se diferencian entre sí. Una de explotación, acumulación, enriquecimiento y concentración, que viene creando grandes capitales que además intervienen en la especulación financiera. Hemos dado el ejemplo de Mercado Libre, además de que hemos dejado claro que los trabajadores y las trabajadoras de esos entornos, si bien pueden tener una cierta movilidad económica ascendente, en su mayoría, por los datos generados por OIT y OCDE actualmente, no parecen tener acceso a mayor formación o a un diferencial en otros aspectos, sobre todo comparando sus situaciones con las enormes ganancias que generan estas empresas. Allí persiste un desbalance entre capital y trabajo, y entre extractivismo de datos y usuarios. Se agrava la situación si pensamos que la captura de datos (que es lo que va generando, combinado con otras acciones, esa ganancia tan grande) es cuasi voluntaria por parte de los usuarios. Reafirmamos el concepto de opacidad epistémica para describir a estas situaciones en tanto se procede de forma oculta para generar el conocimiento y además se oculta la forma en que los grandes datos se generan, acumulan, se venden y se usan. Dicha opacidad, producto del ocultamiento, se construye en una dinámica por la cual se oculta el conocimiento sobre qué producen (y cómo se producen, en el sentido económico) estos datos y, a la vez, paradójicamente, se realiza bajo la ilusión de una visibilidad máxima y de una explicación a los usuarios de sus derechos o posibilidades de intervenir sobre sus preferencias.

Por otra parte, existe otro modo de actuar en los espacios digitales, que podemos concebir como social solidario, que ha tenido una igualmente larga tradición. Sostenemos que existe así un desarrollo concurrente y paralelo entre el empuje hacia la concentración y la acumulación, por un lado, y el deseo y acción de continuar libremente generando, compartiendo y creando nueva información digital, por otro. Este otro modo de proceder tiene el cariz de la nitidez y la claridad en las formas de producir la información y en las formas de compartirla, aunque, como vimos, hay gradaciones y diferencias entre las mismas propuestas.

En la actualidad, estas posiciones se pueden visibilizar en narrativas, expectativas y visiones acerca de la transición desde una web 2 hacia una web 3, siendo la primera una web que tiende a la centralización organizacional y la segunda a una descentralización. Habrá que tener en cuenta las características de esa transición tecnológica y simultáneamente mantener abiertos diferentes espacios de reflexión de modo tal que no se incurra en nuevas formas de clausura del común.

En este sentido y, por último, queremos destacar que, en verdad, ambas formas de estar en el mundo digital tienen relaciones entre sí, que (hipotetizamos) nos permitiría encontrar puntos de tensión aún no explorados en la literatura. Creemos que es un plan de trabajo fértil, y lo enunciamos en términos de la literatura que viene produciendo la geografía económica para estudiar la producción humana y más que humana: será necesario producir primero un “inventario” de situaciones, describiendo cómo en efecto se comportan el trabajo, la empresa, las transacciones, la propiedad y las finanzas (Gibson-Graham et al., 2013). Desde esta perspectiva, será posible identificar los modos de producción concretos a partir de describir en detalle cada uno de estos componentes, que se articulan entre sí. Por ejemplo, ¿cómo se organiza el trabajo? ¿Quiénes lo comparten y desarrollan? ¿Quiénes y cómo acceden al fruto de ese trabajo? O bien: ¿es una empresa cooperativa o es una sociedad anónima o qué tipo de estructura jurídico-administrativa sostiene la empresa en concreto? Proceder con preguntas descriptivas para comprender el alcance de cada uno de estos modos que hemos descrito anteriormente (el modo de opacidad y el modo de nitidez), entendemos, nos permitirá en el futuro próximo comprender con casuística más detallada el funcionamiento concreto y singular de dichas situaciones, así como sacar conclusiones sobre posibles puntos de tensión entre estos modos.

## Referencias

Bollier, D. (2003). *Silent Theft: The Private Plunder of Our Common Wealth*. Routledge.

Bollier, D. (2008). *Viral Spiral - How the Commoners Built a Digital Republic of Their Own*. SiSSU.

- boyd, D., y Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, communication & society*, 15(5), 662-679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Çalışkan, K., y Callon, M. (2009). Economization, part 1: Shifting attention from the economy towards processes of economization. *Economy and society*, 38(3), 369-398. <https://doi.org/10.1080/03085140903020580>
- Çalışkan, K., y Callon, M. (2010). Economization, part 2: A research programme for the study of markets. *Economy and Society*, 39(1), 1-32. <https://doi.org/10.1080/03085140903424519>
- Constantiou, I. D. y Kallinikos, J. (2015). New games, new rules: Big data and the changing context of strategy. *Journal of Information Technology*, 30(1), 44-57. <https://doi.org/10.1057/jit.2014.17>
- Culpepper, P. D. y Thelen, K. (2020). Are we all Amazon primed? Consumers and the politics of platform power. *Comparative Political Studies*, 53(2), 288-318.
- Cutolo, D. y Kenney, M. (2021). Platform-dependent entrepreneurs: Power asymmetries, risks, and strategies in the platform economy. *Academy of Management Perspectives*, 35(4), 584-605.
- Davenport, T. (2014). *Big data at work: Dispelling the myths, uncovering the opportunities*. Harvard Business Review Press.
- DisCO (2020). *Manifesto*. <https://disco.coop/>
- Gandy, O. H. (2021). *The panoptic sort: A political economy of personal information* (2ª ed.). Oxford University Press.
- García Fronti, J. y Herrera, P. M. (2021). Mercado de datos personales: asimetrías entre plataformas e individuos. *Gestión Joven*, 22(3), 1-11.
- Gibson-Graham, J.K., Cameron, J. y Healy, S. (2013). *Take Back the Economy: An Ethical Guide for Transforming our Communities*. University of Minnesota Press.
- Kenney, M. y Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in science and technology*, 32(3), 61-69.
- Khan, L. (2018). Sources of tech platform power. *Georgetown Law Technology Review*, 2, 325-334.
- Mazzucato, M., Entsminger, J. y Kattel, R. (2020). *Public Value and Platform Governance* (Documento de Trabajo N°11). UCL Institute for Innovation and Public Purpose WP.
- Moazed, A. y Johnson, N. L. (2016). *Modern monopolies: What it takes to dominate the 21st century economy*. St. Martin's Press.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE (2019). *Panorama del comercio electrónico. Políticas, tendencias y modelos de negocio*. <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf>
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W. y Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. WW Norton & Company.
- Rahman, K. S. y Thelen, K. (2019). The rise of the platform business model and the transformation of twenty-

first-century capitalism. *Politics & Society*, 47(2), 177-204.

Schmarzo, B. (2013). *Big Data: Understanding how data powers big business*. John Wiley & Sons.

Shapiro, C. y Varian, H. R. (1999). *El dominio de la información. Una guía estratégica para la economía de la red*. Antoni Bosch.

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataforma*. Caja Negra Editora.

Stallman, R. (2002). The GNU Project. En J. Gay (coord. editorial), *Free Software, Free Society: Selected Essays of Richard M. Stallman* (pp. 17-32). GNU Press.

Thatcher, J. E., y Dalton, C. M. (2022). *Data Power. Radical Geographies of Control and Resistance*. Pluto Press.

Varian, H. R. (2014). Beyond big data. *Business Economics*, 49(1), 27-31.

Varian, H. R. (2016). *Intermediate Microeconomics* (9ª ed.). W. W. Norton & Company, Inc.

Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75-89.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Profile books.

Zysman, J. y Kenney, M. (2018). The next phase in the digital revolution: Intelligent tools, platforms, growth, employment. *Communications of the ACM*, 61(2), 54-63.