

Hipertextos

Capitalismo, Técnica y Sociedad
en debate

Artículos

**Un marco desde la economía política crítica sobre la
relación de la producción entre iguales y el capitalismo.**

Arwid Lund

**Economía de la atención y visión maquínica: hacia una
semiótica asignificante de la imagen.**

Claudio Celis Bueno

**Las redes sociales como espacio de construcción
identitaria.**

Franco Frenquelli

**El rol de Google y Facebook en la circulación de
información en Internet.**

M. Azul Andrade

**Tecnologías de la información, ocupaciones cognitivas
y movilidad social en la Ciudad de Buenos Aires.**

Kevin E. Klaric



Vol.5 N°7

**Enero/
Junio
2017**



Hipertextos

Capitalismo, Técnica y Sociedad

en debate

Hipertextos es una publicación académica de ciencias sociales semestral con referato externo, editada en forma conjunta por el colectivo de investigadores y docentes de la **Cátedra de Informática y Relaciones Sociales de la Carrera de Sociología** de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), el **Equipo e-TCS** (Centro CTS, Universidad Maimónides) y el **Laboratorio de Estudios en Cultura y Sociedad** (FTS-UNLP). Su mirada e interés abarca diversos aspectos del capitalismo actual, con un particular énfasis en el conocimiento y la técnica en general, y la informática y las tecnologías digitales en particular, interrogando acerca de las diversas consecuencias sociales, culturales, económicas y políticas de su penetración en la sociedad.

Hipertextos. Capitalismo, Técnica y Sociedad en debate.

Publicación conjunta de equipo e-tcs, centro CTS Universidad Maimónides y Cátedra Informática y Relaciones Sociales, Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires (UBA).

Hipertextos. Capitalismo, Técnica y Sociedad en debate.- Vol. 5, No 7
Ciudad de Buenos Aires, Enero/Junio, año 2017.

ISSN 2314-3924



Hipertextos se encuentra bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).

Hipertextos

Capitalismo, Técnica y Sociedad
en debate

Volumen 5 Número 7
Enero/Junio de 2017
Ciudad de Buenos Aires

Staff

Directora

Guillermina Yansen (CONICET-UM)

Comité Científico Asesor

Atilio Borón (CLACSO)
Beatriz Busaniche (Fundación Vía Libre)
Valentina Delich (FLACSO)
Emilio De Ípola (CONICET)
Esther Díaz (UBA)
Christian Ferrer (UBA)
Susana Finquelievich (CONICET)
Néstor Kohan (UBA)
Pablo Kreimer (CONICET)
Silvia Lago Martínez (UBA)
Mario Margulis (UBA)
Pablo Míguez (UNGS)
Alejandro Piscitelli (UBA)
Luis Alberto Quevedo (FLACSO)
Martha Roldán (CONICET)
Agustín Salvia (CONICET)
Federico Schuster (UBA)
Sebastián Sztulwark (UNGS)
Hernán Thomas (UNQ)
Fernando Tula Molina (UNQ)
Marcelo Urresti (UBA)
Ariel Vercelli (CONICET)
Ana Wortman(UBA)

Consejo Editorial

Florencia Botta (CONICET-UM)
Emilio Cafassi (UBA)
Bernadette Califano (CONICET- UNQ)
Agostina Dolcemáscolo (CONICET)
Lucila Dughera (CONICET-UM)
Martina Lassalle (UBA)
Ana Marotias (UBA)
Ignacio Perrone (UBA)
Andrés Rabosto (CONICET-UM)
Ignacio Rocca (UBA)
Guillermina Yansen (CONICET-UM)
Mariano Zukerfeld (CONICET-UM)

Editor en Jefe

Andrés Rabosto (CONICET-UM)

Índice Número 7

Editorial.....	8
Un marco desde la economía política crítica sobre la relación de la producción entre pares y el capitalismo. <i>Arvid Lund</i>	15
Economía de la atención y visión maquina: hacia una semiótica asignificante de la imagen. <i>Claudio Celis Bueno</i>	41
Las redes sociales como espacio de construcción identitaria. <i>Franco Frenquelli</i>	56
El rol de Google y Facebook en la circulación de información en Internet: qué son los fenómenos de profiling y filter bubble y qué implicancias tienen en los debates sobre responsabilidad de intermediarios. <i>M. Azul Andrade</i>	85
Tecnologías de la información, ocupaciones cognitivas y movilidad social en la Ciudad de Buenos Aires. <i>Kevin E. Klaric</i>	99
Instrucciones para autores	127
Objetivos y alcances	135

Editorial

Economía y Cultura en el Capitalismo Informacional: un matrimonio inseparable.

La expansión de Internet y las tecnologías digitales ha traído consigo la instalación definitiva de un “lenguaje” multimodal que opera a escala global y tiene por soporte único a la información digital (ID), al menos en la porción del mundo de “los conectados” (Castells, 1997). Este lenguaje se objetiva en bits y estos bits pueden transmitir un poema, una emoción, un software, un algoritmo, una película de Hollywood, un video amateur, la fórmula de un medicamento, una secuencia genética y más. La información digital se constituye, así, en el soporte por excelencia en el que anidan economía y cultura, siempre dentro de lo que elegimos entender como una totalidad capitalista. Si tanto el acceso a la información digital como a las distintas capas que componen una tecnología digital e Internet se rigen por ciertas reglas específicas, relativas al diseño tecnológico y legal (Zuckerfeld, 2010), es justamente porque éstas se crean, funcionan y transforman en conexión con dicha totalidad. En este sentido, la separación entre información digital que se produce y circula generando valor, y es explotada económicamente, e información que se produce y circula generando cultura, y es absorbida o resignificada por el entramado social, únicamente puede existir en un nivel analítico. Tales procesos no son independientes. La complejidad de su interacción no debería hacernos renunciar al intento de explicarla o, cuanto menos, de identificar las condiciones en las que esta toma lugar.

El presente número de *Hipertextos* expresa bien este matrimonio inseparable que, aunque no nace, se refuerza al calor de los bits. Desde esta perspectiva, y tal vez tensando un poco sus tópicos, los textos pueden ser clasificados alrededor de dos ejes de interés. Por una parte, los artículos de Arwid Lund y Kevin Klaric iluminan algún aspecto de la producción informacional laboral (aquella que realizan pares productores o, más genéricamente, trabajadores cognitivos) y, por lo tanto, más fácilmente asociable al ámbito de la economía. Por otra, los artículos de Claudio Celis Bueno, Franco Franquelli y M. Azul Andrade abordan algún aspecto de la producción informacional no reconocida -o debatida- como tal (llevada adelante por usuarios/prosumidores) y, por lo tanto, más comúnmente asociada al ámbito de la cultura. En cualquiera de ambos ejes, el afán de lucro que la gobierna o puede gobernarla es un tema de discusión ineludible.

En torno al primer eje, en un nuevo trabajo de traducción colectiva por integrantes del Consejo Editorial, presentamos el excelente escrito de Arwid Lund, *Un marco desde la economía política crítica sobre la relación de la producción entre pares y el capitalismo*. El texto está dedicado a proponer un marco teórico para abordar la producción de comunes entre pares (p2p) como una alternativa real y exterior a la producción capitalista, avanzando, así, sobre un tópico de discusión que en nuestra revista fue abierto a través de un texto de Bauwens (2014), de imprescindible consulta. En esta dirección, el autor desanda la tradición teórica de los movimientos fundantes del p2p, principalmente en referencia al SL/CA y Wikipedia, y sostiene la necesidad de revisar el fenómeno a la luz de herramientas analíticas eclécticas, con particular foco en la teoría marxista. Karl Marx, Rosa Luxemburgo, De Angelis, Scholz, entre otros, e -iluminando el “punto ciego” del marxismo- Karl Polanyi y David Graeber servirían para superar cierto sesgo evolucionista de los movimientos p2p. Desde la perspectiva del autor, la producción de comunes entre pares ha de ser construida como una actividad productiva “socialmente necesaria”, en su carácter organizativo y anti propietario. Esto implica dejar de observar su mera “utilidad”, la que, aprovechada de manera instrumental por empresas, torna a la producción de pares en un afuera “pasivo” al capital. De lo que se trata es de fomentar su lógica de cooperación social exterior al mercado, en términos activos y, por lo tanto, sin desconocer los riesgos de ser incorporada por el capital, de volverse “interior”. Se requiere, entonces, de una estrategia que combine miras de corto y largo plazo: “desarrollar los exteriores del capitalismo, en una alianza estratégica con sus interiores, hasta que las condiciones estén dadas”, siempre que en el trayecto se engrose “el poder social”. Este proceso tiene un sujeto político claro: “el trabajador social cognitivo” (constituido por pares productores y hackers aliados a activistas anti-capitalistas). El autor identifica en él la posesión de conocimientos y habilidades de los que el capital es cada vez más dependiente, lo que le otorga una potencia de autonomía que debe tenerse como horizonte. Así, más allá de la importancia dada al tipo de licenciamiento de los insumos y productos, el autor contempla la idea de que los proyectos p2p continúen incorporando trabajo voluntario y utilicen al trabajo asalariado en posiciones estratégicas, “con cuidado, escepticismo, y dentro de una perspectiva general que apunte a abolirlo en cierto punto”. Se trata, en última instancia, de una propuesta teórica y práctica que cuestiona la capacidad “natural” de la producción de “comunes” entre pares para funcionar por fuera del capital, advierte la tendencia a ser subsumida por este e invita a la acción política.

El segundo texto que aborda la producción informacional en relación al ámbito laboral es el de Kevin Klaric, *Tecnologías de la información, ocupaciones cognitivas y movilidad social en la Ciudad de Buenos Aires*. El escrito presenta un doble mérito. Continuando una línea abierta en ediciones previas de la revista (Yansen y Zukerfeld, 2013; Fuchs y Sandoval, 2015; Roldán, 2016; Gori, 2016, entre otros), el primero consiste en discutir teóricamente una categoría difusa pero muy extendida en la actualidad, la de los trabajadores cognitivos. El segundo, en tratar de mensurarla en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) con las herramientas estadísticas disponibles, dentro un sistema de clases. Así, mientras que el texto de Arwid Lund se centra en aquel estrato de trabajadores cognitivos que conformarían el “afuera” capitalista; el de Klaric se ocupa de aquellos que conforman “el adentro”. Más allá de los hallazgos empíricos, que tienden a confirmar la importancia creciente de estos trabajadores en la estructura ocupacional de CABA, es interesante el enfoque teórico que presenta. El autor retoma la discusión sobre la división sectorial tripartita de la economía para pensar en nuevos criterios de clasificación de los trabajadores. El trabajador cognitivo se constituye, de acuerdo al texto, por dos estratos: profesionales liberales y trabajadores informacionales. Asimismo, no es definido aquí en base a una única variable excluyente, como lo es la posesión de altas calificaciones reconocidas por la educación formal, sino atendiendo a tres criterios: 1) el uso de las tecnologías de la información; 2) el uso de saberes formales, informales o no formales sobre alguna materia específica; 3) y un diseño independiente de importantes aspectos del trabajo. Naturalmente, los tres criterios se encuentran conectados: la forma de llevar adelante las tareas y la de adquirir distintos tipos de conocimientos para ejecutarlas se encuentran ligadas al uso de las tecnologías digitales como principal medio de trabajo. En este sentido, es interesante el hecho de que el tercer criterio, aquella cierta independencia de los trabajadores cognitivos en la organización del proceso de trabajo respecto del capital, coincida con la característica central identificada en ellos por parte de Arwid, para quien nacería, a partir de allí, una potencia emancipadora. Por supuesto, esto es materia de debate. Vale recordar, en esta dirección, que en el último número de *Hipertextos*, Caffentzis (2017) identificaba en los pensadores del capitalismo cognitivo, particularmente en Carlo Vercellone, una sobredimensión del carácter autónomo de estos trabajadores. Finalmente, y entre otras cuestiones, el material empírico sugiere que el estrato de trabajadores informacionales en CABA estaría compuesto por una proporción similar de varones y mujeres. Tomando en cuenta estudios con resultados disímiles relativos a la producción de software en la misma ciudad (Véase Dughera, Yansen y Zukerfeld, 2012), esto podría estar sugiriendo una cierta heterogeneidad en el interior de este estrato a ser revisada en el futuro.

En torno al segundo eje de esta edición de Hipertextos, presentamos tres artículos que abordan distintos aspectos de las grandes plataformas empresarias de la web (redes sociales como Facebook y Twitter o buscadores como Google), con especial foco en su arquitectura y sus algoritmos, organizadores de la producción y acceso a la información digital. Con el ojo puesto en sus modos de funcionamiento, el sujeto que se encuentra por detrás de estos artículos no es ya el trabajador, al menos en el sentido clásico del término, sino el usuario o prosumidor de este tipo de plataformas.

En *Economía de la atención y visión maquínica: hacia una semiótica asignificante de la imagen*, Claudio Celis Bueno ofrece una propuesta teórica para comprender el rol de la imagen en el capitalismo actual. Sirviéndose de parte de la tradición posestructuralista francesa, el autor indaga en los nuevos mecanismos tendientes a capturar la atención, que operan tanto en el plano de la producción de plusvalía como en el de la reproducción de las relaciones de poder. En particular, se centra en la figura de la imagen, hoy producida y procesada algorítmicamente, como forma primordial de captura de la atención, y propone comprenderla a través de la noción de “imagen asignificante”, derivada de la “semiótica asignificante” de Guattari. Si la imagen fue generalmente entendida como vehículo de poder y transmisora de ideología en torno a su contenido representacional, a su significado, en la economía de la atención cabe comenzar a preguntarse por su carácter performativo, despojado ahora de la producción de sentido. Hoy las imágenes “no significan” sino que “funcionan”, son eficaces para capturar atención y convertirse en fuente de información, que, luego, formará parte de la realización de mercancías. La producción de estas imágenes no está así ya anudada a la creación e imaginación del productor, y con ello -siguiendo la lectura de Lazzarato- destinada a la “sujeción social”, sino a la existencia de un conjunto de algoritmos que contribuyen a la generación de una “esclavitud maquínica”. El lector interesado en esta temática puede hallar en el texto posibles diálogos con los planteos de Botta (2014) y Lassalle (2015), publicados en ediciones previas de *Hipertextos*.

Siguiendo una línea teórica similar, en *Las redes sociales como espacio de construcción identitaria*, Franco Franquelli parte de la identificación de la crisis de las instituciones y los grandes colectivos de referencia del capitalismo industrial para preguntarse por los procesos de construcción de identidad en espacios 2.0, tales como Facebook o Twitter. En esta dirección, analiza las características de la comunicación mediada por computadoras, particularizando el tipo de información que esta permite o inhibe, y lo conjuga con el desglose de la arquitectura de las plataformas en las que

operan estas redes. Aunque variables, sus diseños se encuentran orientados al lucro, circulando por ellas determinados mecanismos de poder o, siguiendo el lenguaje previo, de “sujeción social”. De este modo, el artículo se ocupa de la producción y circulación de “afectos” e “identidades” construidos en dicho marco propietario: “las redes sociales plantean una forma de comunicación, donde la afectividad juega un rol preponderante como atractivo para los usuarios, pero no es precisamente el espacio de donde, por lo general, surge dicho afecto”. En este sentido, el “perfil” característico de las redes sociales constituye la mejor muestra del proceso de “reificación” de la subjetividad, desimplicación y “olvido del reconocimiento previo” del otro, aspectos que recupera de Honneth. El perfil “diagrama un tipo de sujeto cosificado, reducido a una serie de variables que reifican su existencia subjetiva” y ocultan o niegan el reconocimiento primario. Sobre la base de estas variables las plataformas “manipulan” los afectos, constituyéndose en espacios privilegiados de la circulación de biopoder y, por lo tanto, en espacios de lucha, en el que el diseño de la tecnología juega un rol fundamental.

En *El rol de Google y Facebook en la circulación de información en Internet: qué son los fenómenos de profiling y filter bubble y qué implicancias tienen en los debates sobre responsabilidad de intermediarios*, M. Azul Andrade explica con claridad el funcionamiento de los algoritmos de Google y Facebook de acuerdo a los cuales se organiza la información a la que acceden los usuarios y sobre la base de la cual ellos mismos producen y se vuelven mercancía. A partir de allí, y recuperando entrevistas a actores claves, se pregunta específicamente por la responsabilidad de los llamados intermediarios de Internet en la “calidad” de la información, con el fin de debatir las ventajas y riesgos que puede tener la regulación de su actividad. En este sentido, resulta interesante el contrapunto que puede establecerse entre esta mirada y la que propone Celis Bueno. Mientras que este último pone el acento en el papel de los algoritmos dentro de un dispositivo técnico que, en cierta forma, se independiza de sus productores, Andrade subraya que “(...) ‘algoritmo’ es tan sólo una palabra para describir una fórmula matemática escrita por humanos”, enfatizando la “responsabilidad” en términos individualizantes. El lector interesado en esta temática puede complementar esta mirada con el texto de Gendler (2015), publicado números atrás, que retoma el debate sobre la llamada neutralidad de la red.

Para cerrar este editorial, diremos al lector que a lo largo de esta edición se encontrará con, al menos, dos líneas de análisis que, en conjunto, dejan entrever que el

rol de las tecnologías digitales en el proceso de reestructuración capitalista se resiste a ser analizado distinguiendo entre una esfera estrictamente económica y otra cultural. Se encontrará, también, con marcos conceptuales completamente diferentes y simpatizará más con unos y otros de acuerdo a sus propios intereses y convicciones. En todos los casos, sin embargo, estará de acuerdo en que un principio fundamental los recorre: resulta imprescindible la reflexión crítica sobre estos fenómenos.

La Dirección y el Consejo Editorial,
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2017.

Referencias

- Bauwens, M. (2014). La economía política de la producción entre iguales. *Hipertextos*, 2(1), pp. 15-29.
- Botta, F. (2014). Algunos apuntes sobre la videovigilancia gubernamental en espacios públicos. *Hipertextos*, 2(1), pp. 104-130.
- Caffentzis, G. (2016). Una crítica del Capitalismo Cognitivo. *Hipertextos* 6(4), pp. 13-50
- Castells, M. (1997) *La era de la información. Vol I.* Madrid: Alianza Editorial.
- Dughera, L., Yansen, G. y Zukerfeld, M. (2012) *Gente con códigos. La heterogeneidad de los procesos productivos de software.* Buenos Aires: Universidad Maimónides.
- Fuchs, C.; Sandoval, M. (2015). Trabajadores Digitales del mundo, uníos! Un marco para teorizar críticamente y analizar el trabajo digital. *Hipertextos*, 4(2), pp. 19-70.
- Gendler, M. (2015). ¿Qué es la Neutralidad de la Red? Peligros y Potencialidades. *Hipertextos*, 4(2), pp. 137-165.
- Gori, T. (2016). El valor en la época de su replicabilidad digital. Un abordaje a las teorías del capitalismo cognitivo y sus principales críticas. *Hipertextos* 6(4), pp. 51-78
- Lassalle, M. (2015). Facebook como dispositivo de seguridad: una aproximación al estudio de las actuales sociedades de control. *Hipertextos*, 4(2), pp. 167-194.

- Roldán, M. (2016). Codificación del trabajo informático poético y subjetividad laboral en el marco de la “computación en la nube”. *Hipertextos*, 6(4), pp. 79-118
- Yansen, G. y Zukerfeld, M. (2013) Acceso, recursos y clases en la historia del capitalismo. Una teoría de la estratificación social desde el materialismo cognitivo. *Hipertextos*, 1 (0), pp. 83-117.
- Zukerfeld, M. (2010) Capitalismo y conocimiento. Materialismo cognitivo, propiedad intelectual y capitalismo informacional (Tesis de Doctorado, FLACSO Argentina). Disponible en <https://capitalismoyconocimiento.wordpress.com>

Un marco desde la economía política crítica sobre la relación de la producción entre iguales y el capitalismo¹

Arwid Lund²

Resumen:

Este artículo examina la relación entre la producción entre iguales (P2P) y el capitalismo en un nivel sistémico y teórico. Un problema en la comprensión de la producción entre iguales como una alternativa y potencialmente como un modo de producción que compita con el capitalismo es que la mayor parte de la teoría económica trata sólo con el capitalismo. Las teorías económicas alternativas desde el emergente movimiento teórico P2P han hecho importantes trabajos pioneros sobre la producción entre iguales basada en los bienes comunes (commons), y en discutir la sustentabilidad como un modo de producción tanto en un nivel sistémico como individual dentro del capitalismo. Este artículo argumenta que las desventajas del marco teórico del movimiento P2P, comparado con uno marxista, tienen sus raíces en un sesgo evolucionista, y el texto intenta situar la producción entre iguales más claramente entre los trabajos del capital, y en relación con una comprensión marxista del potencial para la agencia política y los contrapoderes que pueden emerger desde el exterior del capital.

Palabras clave: Producción entre iguales- movimiento P2P- modo de producción- economía política crítica - marxismo

Abstract:

This article examines the relation between peer production and capitalism on a systemic and theoretical level. One problem with understanding peer production as an alternative and potentially competing mode of production in relation to capitalism is that the main bulk of economic theory deals only with capitalism. Alternative economic theories from an emerging theoretical P2P movement have done important pioneer work on commons-based peer production, and in discussing its sustainability as a mode of production both on a systemic and individual level (for the peer producers) within capitalism. This article argues that the disadvantages of the P2P movement's theoretical framework, compared to a

¹ Este artículo es una traducción de "*A Critical Political Economic Framework for Peer Production's Relation to Capitalism*", artículo de Arwid Lund publicado en el *Journal of Peer Production, Issue #10: Peer Production and Work*. La traducción, a cargo del consejo editorial, fue realizada por Emilio Cafassi, Agustina Dolcemáscolo, Martina Lasalle, Ignacio Perrone, Ignacio Rocca, Guillermina Yansen y Mariano Zukerfeld. La traducción fue revisada por el autor, a quien le agradecemos por la paciencia y la dedicación con la que acometió esta tarea.

² Arwid Lund es investigador principal y profesor en el departamento de Artes y Ciencias Culturales de la Universidad de Lund, Suecia. Sus trabajos de investigación incluyen estudios sobre redes sociales, datos abiertos, conocimiento abierto, acceso abierto, teoría crítica, producción y organización de conocimiento / información, historia de las enciclopedias, folksonomías y web 2.0, patrimonio cultural, archivos electrónicos, software libre y abierto, bienes comunes, producción entre iguales y economía política.

Un marco desde la economía política crítica sobre la relación de la producción entre pares y el capitalismo

Marxist one, have their roots in an evolutionist motif, and the article aims to situate peer production more clearly in relation to the workings of capital, and in relation to a Marxist understanding of the potential for political agencies and counter-powers to emerge from capital's outside.

Keywords: peer production, p2p movement, mode of production, critical political economy, Marxism

Resumo:

Este artigo examina a relação entre a produção peer-to-peer (P2P) e o capitalismo em um nível sistêmico e teórico. Um problema na compreensão da produção de pares como uma alternativa e potencialmente como um modo de produção que compete com o capitalismo é que a maior parte da teoria econômica se refere apenas ao capitalismo. Teorias econômicas alternativas do emergente movimento teórico P2P fizeram importantes trabalhos pioneiros sobre a produção de pares baseados no commons, e discutiram a sustentabilidade como um modo de produção tanto no nível sistêmico quanto individual dentro do capitalismo. Este artigo argumenta que as desvantagens das teorias do movimento P2P, em comparação com as marxistas, estão enraizadas em um viés evolucionário, e o texto tenta colocar a produção entre iguais de forma mais clara entre as obras do capital e em relação à compreensão marxista do potencial de agência política e os contrapoderes que podem surgir de fora do capital.

Palavras-chave: produção peer-to-peer - movimento P2P - modo de produção - economia política crítica - marxismo

Introducción

Este artículo examina la relación entre la producción entre iguales y el capitalismo en un nivel sistémico y teórico. Un problema en la comprensión de la producción entre iguales como una alternativa y potencialmente como un modo de producción que compita con el capitalismo es que la mayor parte de la teoría económica trata sólo con el capitalismo. La teoría neoclásica ve al exterior del capitalismo como una externalidad sin valor (Lehdonvirta & Castronova, 2014: 143). Las teorías económicas alternativas desde el movimiento P2P han hecho un importante trabajo pionero en el sentido de señalar a la producción entre iguales basada en los comunes como algo con valor positivo por sí mismo, y en discutir su sustentabilidad como un modo de producción tanto en un nivel sistémico como individual (para los productores entre iguales) dentro del capitalismo. Se han introducido ideas acerca de nuevas licencias, comunes de riesgo, cooperativas de plataforma y monedas alternativas (Bauwens, 2009, 2012; Bauwens & Kostakis, 2014; Kostakis & Bauwens, 2014; Kleiner, 2010;

Terranova & Fumagalli, 2015; Scholz, 2016). Pero la perspectiva carece de algunas de los aportes fundamentales del marxismo en la historia de la economía política y de la operatoria del capitalismo.

Las desventajas del marco teórico del movimiento P2P, comparado con uno marxista, tienen sus raíces en un sesgo evolucionista. Tiziana Terranova sostiene que la producción entre iguales investiga la posibilidad de crear una economía basada en los comunes, pero no necesariamente el antagonismo en relación al capital. Ella sostiene que la idea evolucionista es central en lo que ella llama los principios P2P:

The evolutionist motif is preferred to antagonism and is used to sustain the possibility of thinking of the economy as an ecological system, that would allow for, at least at first, the coexistence of different forms of productive organisation and social cooperation valorisation that can coexist side by side, at least until the day when the success of P2P will render other forms of economic organisation obsolete. (Terranova 2010: 157)

La vocación de este artículo es contribuir a la comprensión teórica y política del exterior productivo del capital a través de responder la pregunta acerca de cómo la idea del P2P acerca de la evolución puede ser radicalmente informada por teorías sociales y antropológicas más abarcadores desde el marxismo.

Será aplicado un marco teórico bastante ecléctico, motivado por el hecho de que el exterior del capital ha sido, en alguna medida, un punto ciego dentro del marxismo. Las teorías de los antropólogos sociales Karl Polanyi y David Graeber complementarán el entendimiento positivo que hace el movimiento P2P del exterior del capital, mientras que una muestra de teóricos marxistas será usada como respaldo para comprender las condiciones de esa exterioridad en relación con el carácter contradictorio y tendiente a la crisis del capitalismo. Una perspectiva ecléctica siempre es problemática, en la medida en que cada teoría descansa en sus propias asunciones, pero puede ser útil si es cuidadosamente aplicada en el contexto de un análisis exploratorio de dos entidades diametralmente opuestas pero que interactúan entre sí: el capitalismo y su potencialmente competidor exterior, la producción entre iguales en común.

Producción entre iguales

Las compañías comerciales explotan la fuerza productiva de la “larga cola” (Anderson, 2007) de los contenidos generados por los usuarios dentro del “*crowdsourcing*” comercialmente gobernado. El argumento de este artículo es que eso no califica como producción entre iguales.

Dulong de Rosnay y Musiani usan el parámetro de la centralización y descentralización cuando desarrollan una tipología de la producción entre iguales, pero ellos incluyen “crowdsourced, user-generated content ‘enclosed’ by corporations” en el concepto de producción de iguales (Dulong de Rosnay & Musiani, 2015).

Ese entendimiento amplio de la producción entre iguales difiere de la definición original de Benkler como

radically decentralised, collaborative and nonproprietary; based on sharing resources and outputs among widely distributed, loosely connected individuals who cooperate with each other without relying on either market or managerial commands (Benkler, 2006: 60).

Brian Brown llama a Flickr un cuasi-comunes (Brown, 2012: 146) y podría igualmente bien haber llamado a la plataforma cuasi-producción entre iguales. El régimen de propiedad privada del capitalismo difiere radicalmente de la forma de titularidad de los comunes. Hess y Ostrom describen la titularidad (ownership) como un conjunto de derechos en los que el control está distribuido de diversos modos. La propiedad privada reúne casi todos esos derechos en la mano de un propietario, mientras que los derechos son distribuidos de manera más generosa respecto de los comunes: algunos derechos son comunes a todos los participantes, y otros derechos – usualmente los superiores- están controlados por un grupo menor de participantes. Los derechos pueden ser más o menos (des)centralizados (Hess & Ostrom, 2003: 119-122, 2007a: 52-53, b: 5).

Bauwens elige llamar a las plataformas de la Web 2.0 como “*sharing economies*”, porque no se producen comunes en ellas (Bauwens, 2009: 125–126), con la intención de significar que difieren de la producción entre iguales en su falta de horizontalidad y en que son controladas por una compañía, más que por usuarios o participantes. La

producción entre iguales está basada en la cooperación horizontal y voluntaria entre iguales sobre comunes. La autoorganización no excluye jerarquías y el control de derechos en diferentes niveles (heterarquías – o múltiples constelaciones de participantes- más que jerarquías estrictas caracterizan a Wikipedia); es suficiente que las condiciones de autoorganización existan en última instancia. La producción entre iguales está basada en una forma de titularidad de los comunes, sin ser pública ni privada (Bauwens, 2009: 122–127; Gye 2007a, b; Kostakis, 2010). Una distinción teórica entre la colaboración comercial semi-abierta y distribuida (crowdsourcing) y la producción entre iguales podría basarse, así, en dos parámetros: diferentes formas de poder (centralizadas y descentralizadas) y diferentes formas de producción y productos (valores de uso y valores de cambio).

La producción entre iguales se ha difundido en el software y las enciclopedias, pero también en el periodismo ciudadano, las fuentes abiertas de datos, y el diseño de productos (info@lists.igopnet.cc 20140312). Hay incluso incursiones en el mundo tangible, con las impresoras 3D y los Fab Labs (Siefkes, 2012; Anderson, 2013; Maxigas, 2012). El financiamiento colaborativo (crowdfunding) y las monedas alternativas también se combinan con la producción entre iguales en un intento de expandir el emergente modo de producción. (Terranova & Fumagalli, 2015: 151–152).

El adentro y el afuera del capitalismo

Zygmunt Bauman afirma que la sed inextinguible de destrucción creativa y el mandato de modernización siempre incompleto es aquello que distingue a la modernidad capitalista de otras formas históricas de coexistencia humana (Bauman, 2000:28). Karl Polanyi por su parte, afirma que la economía, anteriormente al capitalismo, se encontraba encastrada en la vida social y cultural. Las sociedades precapitalistas se organizaban bajo diferentes principios de reciprocidad y economización redistributiva en los cuales el lucro no era prominente (Polanyi, 2001: 49, 57): “las costumbres y la ley, magia y religión, cooperaban en inducir al individuo a cumplir con reglas de comportamiento que, eventualmente, aseguraban su funcionamiento en el sistema económico” (Polanyi, 2001; 57). Esta visión de Polanyi, tiene correlato con las ideas de la escuela crítica soviética y el marxista Evgeny Pashukanis quien criticó e historizó la *forma legal*. Pashukanis revisó las raíces sociológicas de la forma legal, para demostrar “la naturaleza relativa e históricamente

limitada de los conceptos jurídicos fundamentales” (Head, 2008:170). La regulación de la sociedad podría asumir un carácter legal bajo ciertas condiciones, pero la forma legal no fue un fenómeno transhistórico. Mientras que la vida colectiva entre los animales estaba regulada, no por ley, entre la “gente primitiva” si existían raíces de leyes, aunque “gran parte de sus relaciones estaban reguladas extra-legalmente, por ejemplo, por observaciones religiosas” (Pashukanis, 1983:79). En la sociedad capitalista, muchos servicios como el servicio postal y de trenes, con sus tablas horarias, no pueden ser enteramente relacionados a “las regulaciones de la esfera legal”. Estas, por el contrario, eran reguladas de maneras diferentes, en relación a las necesidades de varios estratos institucionales de ordenar y estructurar sus prácticas” (Pashukanis, 1983:79). El antropólogo social David Graeber ve en estas regulaciones extralegales una base comunista. El comunismo es el fundamento de lo social. El comunismo hace a la sociedad posible. El principio comunista es regla siempre y cuando la gente no vea al otro como un enemigo, la necesidad sea suficientemente grande, y el costo razonable. Compartir con otros es central no solo en tiempos duros, sino también en tiempos de fiesta (Graeber, 2011:96-99).

Según Polanyi, los mercados fueron construcciones sociales e históricas devenidas de la historia pasada. La transición desde mercados aislados a la economía de mercado, desde mercados autorregulados a mercados regulados, es una transformación central en la historia. La disociación de la economía desde la vida social a una esfera social donde se le asigna un motivo económico característico, está descrito como un “despegue singular” (Polanyi, 2001:74). Este “despegue singular” de los mercados desregulados y generalizados se ve complementado por un desarrollo singular de las formas legales que los sostienen. Según Polanyi, la sustancia de la sociedad consiste en la gente y su entorno natural, ambos subordinados en el capitalismo a la economía de mercado formal y sus leyes abstractas. El capitalismo se caracteriza por tener una “afuera” sustancial e informal en relación a la economía formal de mercado. El capitalismo de mercado no puede sobrevivir sin este “afuera” económico sustancial, aun cuando solo unos pocos de los intercambios entre las personas y su vida social y natural siguen la lógica económica formal (Fleischer, 2012: 19). En teoría, esta perspectiva panorámica de la economía amplía nuestro entendimiento sobre el capitalismo y las alternativas al mismo. Este “afuera” sustancial e informal puede ser un afuera pasivo, o desafiar el poder de la economía formal, con el propósito de nuevamente encastrarse en la vida social y cultural. Proyectos como Wikipedia, con

sus participantes voluntarios arrastrados por un gran rango de motivos diferentes de la ganancia económica, dentro de un proyecto que es regulado por las reglas del “Thumb”, “netiquette”, principios de reciprocidad y combinaciones de trabajo en red con organización jerárquica, contribuye a nuevas formas de encastramientos entre lo social y cultural con la productividad económica, sobre todo por fuera del mercado y la forma legal. El “afuera” del capital puede ser también encuadrado como prácticas y luchas sociales alternativas basadas en formas de valorización a sí mismo alternativas. El autonomista marxista Massimo De Angelis habla de prácticas de valor, y afirma que los individuos son “agentes singulares” que soportan tanto las prácticas de valor capitalistas como las prácticas de valor alternativas. Las interacciones sociales dentro del mercado transforman los significados dominantes del sistema capitalista de valor en un programa que constituye parte de los procesos disciplinarios, creando normas de cooperación social. Estas prácticas de valor entran en conflicto con otras prácticas de valor, y la lucha del valor emerge y constituye una “permanente tensión en el cuerpo social” (De Angelis, 2007:29-30). El adentro de capitalismo, cuando analizamos la producción entre iguales como exterior al capital – la definimos como trabajo concreto subordinado a la lógica del trabajo abstracto, produciendo su opuesto: capital (Marx, 1973:305). Se define al “afuera” del capitalismo como aquello formado por trabajo concreto separado del trabajo abstracto, aunque organizado en una forma social diferente. Marx remarcaba que la producción socialmente determinada de los individuos debía ser siempre el punto de partida de las políticas económicas, y no la individualidad aislada de las robinsonadas burguesas (Marx, 1973:83, 1857). En *El capital*, afirmó que los diferentes valores de uso y sus correspondientes formas de trabajo concreto estaban clasificados de acuerdo al “orden, género, especie, y variedad de quien pertenecen en la división social del trabajo”, y remarcaba que la producción de mercancías no era una condición necesaria para esta “división del trabajo” (Marx, 1867:49).

Las formas alternativas de valorización propuestas por De Angelis (2007), junto a las amplias teorías económicas antropológico-sociales, ofrecen una forma de superar tanto a las teorías económicas neoclásicas como a la organización capitalista para los productores iguales. Estas teorías proponen la existencia de nuevas formas de organización de la producción social, así como la coexistencia de diferentes prácticas de valor en una sociedad dominadas por el capitalismo.

Producción entre iguales: ¿útil o socialmente necesario?

Hay una diferencia entre las actividades productivas útiles y las actividades productivas socialmente necesarias. La primera indica una actividad que es útil para el productor, mientras que la segunda apunta a un fenómeno social en un nivel social donde la actividad útil ha sido socialmente construida como necesaria³.

La teoría marxiana del valor conecta la primera categoría a un valor de uso producido, y la segunda al valor de cambio, o mercancía, en el mercado. No es la introducción de trabajo que genera valor *per se*, el valor es una relación social y es decidido socialmente entre las personas. La teoría del valor de Karl Marx no es, por lo tanto, una teoría del trabajo, sino una teoría de la “socialización moderna de la necesidad” (Fleischer, 2012: 22)⁴. El argumento aquí propuesto es que la socialización de la necesidad no depende necesariamente del intercambio en el mercado, pero puede ser construida dentro de una economía del don de una producción entre iguales basada en los comunes. Este argumento se apoya en la afirmación de Moishe Postone de una forma trans-histórica de la necesidad social en el modo en que Marx comprende el trabajo: (Postone, 1993: 381): “*some form of social production is a necessary precondition of human social existence. The form and extent of this transhistorical, ‘natural’, social necessity can be historically modified*” (Postone, 1993: 382).

En el capitalismo, todos los productos socialmente necesarios tienen un valor y son vendidos como mercancías a cambio de dinero. De Angelis sostiene que cuando los sistemas de valor se consolidan en programas de valor, estos últimos imponen patrones de comportamiento considerados como necesarios (De Angelis, 2007: 28). Esta cuestión luego se convierte en si el sistema de valor de la producción entre iguales puede consolidarse en un programa de valor que imponga patrones de comportamiento considerados como necesarios. Vista de este modo, la teoría del valor marxiana provee a los productores iguales una pregunta crucial: ¿debería ser la producción entre iguales sólo útil en un sentido limitado, o debería procurar ser socialmente necesaria? En la primera de las alternativas, la producción entre iguales es posicionada como un complemento que puede ser usado instrumentalmente por el

³ Es necesario un concepto para actividades percibidas como socialmente útiles por sus productores, pero esto todavía no ha alcanzado ese status en un nivel social.

⁴ Traducción del sueco del autor.

capitalismo; en la segunda de ellas, compite con el capitalismo y tiene el potencial para funcionar como un germen alternativo de una economía basada en los comunes, construida sobre valores de uso socialmente necesarios.

Podría conducir a una lucha por el valor con el capital si proyectos como Wikipedia aspiraran a ser vistos como socialmente (o como ‘commonsly’) necesarios⁵. Abriría al capitalismo a una discusión económica crítico política de las relaciones de producción entre iguales. Un programa de valor basado en los comunes crearía un nuevo “espacio” para la socialización de la necesidad entre el estado y el mercado. Pero la cuestión anterior no sólo indica cómo el capitalismo y la producción entre iguales basada en comunes podrían potencialmente enfrentarse entre sí, señala también cómo pueden potencialmente cooperar. Sylvère Lotringer comenta sobre el sujeto social multifacético de la multitud:

Capitalism itself is revolutionary because it keeps fomenting inequality and provoking unrest. It also keeps providing its own kind of “communism” both as a vaccine, preventing further escalation, and an incentive to go beyond its own limitations. The multitude responds to both and can go either way, absorbing the shocks or multiplying the fractures that will occur in unpredictable ways (Lotringer, 2004: 18).

La multitud es una individualización de lo universal y lo genérico, el pueblo y el estado, y hasta cierto punto desafía cualquier distinción clara entre lo privado y lo público (Virno, 2011: 28, 30–31), así tanto abriendo hacia la producción entre iguales basada en los comunes como hacia una mercantilización creciente. El potencial comunista que es (re)producido y explotado hoy por el capital es el individualismo radical que está inscripto en el lema comunista: *De cada cual según sus capacidades, a cada cual según sus necesidades*, con modos de producir más horizontales, flexibles y creativos e inmateriales (no tangibles) en el capitalismo post-Fordista. Este potencial es parte de procesos que también podrían funcionar como una vacuna contra la trascendencia del capitalismo (que implicaría una real emancipación con acentuadas formas de creatividad horizontales, flexibles y libres). Pero el potencial comunista en

⁵ Commonsly es obviamente un juego de palabras. Siendo el significado más profundo que lo social podría ser reconstruido de abajo hacia arriba a través de una multitud de comunes, y de PPPs basados en los comunes formando redes cada vez más interrelacionadas e incluyentes en la sociedad.

Un marco desde la economía política crítica sobre la relación de la producción entre pares y el capitalismo

el trabajo creativo actual puede ser también parte de procesos contemporáneos que fortalecen el incentivo y la potencia de ir más allá del capitalismo, que en el caso de la producción entre iguales se traduce en una segura comprensión como un modo de producción socialmente necesario y más plenamente emancipatorio por fuera del capital.

Los proyectos de producción entre iguales (PPP) que pretenden ser exitosos en la imposición de los programas de valor podrían o bien continuar juntando dinero a través de la financiación colectiva de donaciones y el uso estratégico del trabajo asalariado, o bien avanzar en la expansión de las actividades voluntarias e impagas como actividades socialmente (commonly) necesarias para nuevos sectores de la sociedad. El problema con la segunda alternativa es que los iguales productores no pueden asegurarse su subsistencia de este modo bajo el capitalismo, y corre el riesgo de funcionar como un complemento útil para ser explotado por el capitalismo. Pragmáticamente la primera alternativa parece ser una precondition necesaria para la segunda alternativa: *capitalism of communism (o de los comunes)* pavimenta el camino para el comunismo o *commonwealth*.

La cuestión crucial para que la producción entre iguales tenga éxito en volverse socialmente necesaria es si puede simultáneamente volverse un resistente y crecientemente independiente poder social. Hacer un pacto estratégico con el capitalismo, combinando trabajo voluntario con trabajo asalariado dentro de la producción entre iguales basada en los comunes, les facilita a los iguales productores asegurar su subsistencia, a la vez que podría promover opiniones del proyecto como socialmente necesario (con más obligaciones y derechos), aunque en un sentido capitalista. Pero las alianzas con el *trabajo abstracto* también corren el riesgo de perjudicar el modo alternativo de producir de los PPPs, y de profundizar la mercantilización de la alternativa. La necesidad social de la producción entre iguales podría correr el riesgo de ser informada, controlada y explotada por el capital. La forma del valor del capitalismo estructura la esfera de la producción, así como también aquella de la distribución. La forma del trabajo históricamente particular del capitalismo tiene una forma abstracta que puede ser medida por la cantidad de tiempo de trabajo socialmente necesario. Introduce un mecanismo social que domina el modo de producir valores de uso en una forma negativa y no es controlado por los productores mismos y no en su interés. El trabajo abstracto se caracteriza por

estándares abstractos y una lógica de crecimiento incontrolado para intereses económicos no sociales, privados o parciales (Postone, 1993: 17, 45-68, 312, 314). La afirmación de Postone de que el trabajo abstracto transforma el modo de producir del trabajo concreto debe ser recordada al realizar pactos tácticos.

En el caso de la Wikipedia sueca, puede argumentarse que la comunidad editora toma en cuidadosa consideración los intercambios que implican la utilización de trabajo asalariado, estando en contra del trabajo asalariado dentro del proceso de edición que es pagado por la Fundación Wikimedia, pero aceptando profesionales de diferentes agencias estatales para que estén involucrados en él, así como aprobando la edición comercial que no es abiertamente parcial (Lund 2015a, b).

El concepto de ser socialmente necesario viene de la teoría marxiana del valor y nos ayuda a comprender las posibilidades y los peligros implicados en desarrollar tácticas y estrategias para una expansión exitosa de los procesos alternativos de autovalorización en la sociedad de la producción entre iguales. El marxismo nos cuenta sobre las condiciones estructurales para luchas por el valor alternativas bajo el capitalismo.

Re-negociaciones y luchas en torno al adentro/afuera de la producción de valor

El capital es un proceso en donde el crecimiento económico se ha convertido en un fin en sí mismo, y donde el valor, entendido como una relación social, expresa este crecimiento dentro de la acumulación de capital. En este proceso, las personas se hacen a sí mismas, a sus acciones y productos, intercambiables (Fleischer, 2012: 22, 25–26). Roswitha Scholz señala la paradoja de que “los individuos de la empresa capitalista” están integrados en una red social al mismo tiempo que están comprometidos en una producción no-social donde la socialización está mediada por el mercado. “[P]eople appear asocial and society appears to be constituted by things, which are mediated by the abstract quantity of value” (Scholz, 2014: 126–127). El resultado es la alienación, pero esta alienación luce diferente en la esfera reproductiva, la cual está disociada de la producción de valor (Scholz, 2014: 127). Fleischer usa la teoría de la disociación del valor desarrollada por Scholz para teorizar acerca de cómo el capital se adapta estratégicamente y transforma el adentro y afuera del sistema de

producción de valor.

El crecimiento del valor como proceso histórico es indistinguible de la evolución paralela de las normas concernientes a lo que no es intercambiable. Una sociedad capitalista es por lo tanto una sociedad donde esta línea de demarcación entre un adentro y un afuera se encuentra en constante renegociación. Algunas actividades están “disociadas” del valor (Fleischer, 2012: 25–26).

Scholz afirma que el valor y la disociación del valor se hallan en una relación dialéctica entre sí, pero la producción de valor ocurre en el nivel micro dentro del campo macro de los procesos de disociación del valor. El sistema de género patriarcal está activo en los procesos de disociación y es, por lo tanto, central para la producción de valor capitalista (Scholz, 2014: 128–129).

Las doctrinas económicas liberales idealizan una expansión constante de la lógica del mercado; la teoría neoclásica ve, en última instancia, el afuera del capitalismo como una externalidad y una falla del mercado (sin valor). El afuera es causado por el mercado, más que ser preexistente a él. Fleischer afirma en cambio, basado en la tradición marxista del Wertkritik [crítica del valor], que el capitalismo no puede ser nunca total en su carácter (Fleischer, 2012: 25; Lehdonvirta and Castronova, 2014: 143).

Rosa Luxemburgo subrayó que el capitalismo necesitó un “estrato social no-capitalista como mercado para su plusvalía, como una fuente de suministros para sus medios de producción y como reserva de fuerza de trabajo para su sistema salarial”, pero debido a todo esto, todas “las formas de producción basadas en una economía natural no son de utilidad para el capital” (Luxemburgo, 1951: 368). Los exteriores dependientes, en lugar de independientes, pueden servir a los fines del capital. Las economías naturales a las que se refirió Luxemburgo eran auto-suficientes y focalizadas en las necesidades internas de las comunidades y, en este sentido, no producían plusvalía de ningún tipo. El problema con estas, desde la perspectiva del capital, era la falta de demanda de productos externos y que no estaban preparadas para trabajar en formas en que fuera posible adquirirlas en cualquier escala razonable. “Por lo tanto, el capitalismo debe siempre y en todo lugar pelear una batalla de aniquilación en contra de cada forma histórica de la economía natural” (Luxemburgo, 1951: 368–369).

La necesidad del capital de transformar y dar forma a su afuera de acuerdo a sus necesidades lleva a formas diferentes de violencia y algunas veces (cuando el capital necesita un afuera para ser un adentro) a una forma continua y en desarrollo de lo que Marx denominó acumulación primitiva. De Angelis y otros reclaman que la acumulación primitiva tiene un rol contemporáneo y en curso donde la disociación de las personas de los medios de producción puede tomar muchas formas (De Angelis, 2008: 28–31). En tiempos recientes, David Harvey señaló que el capital necesita de nuevos ámbitos de acumulación para soportar sus propias crisis (Fuchs, 2014: 166).

Durante el siglo XX, el afuera del capital devino gradualmente empoderado. Las regulaciones estatales crecieron en importancia luego de la Gran Depresión de 1930, el rol fundamental de la ecología fue articulado por el movimiento ambientalista en los años 60, y el feminismo se focalizó en el trabajo reproductivo impago y su importancia para el capitalismo. La biopolítica y la bioeconomía conectada tienen hoy en día mayor importancia para la academia que antaño. El marxismo contemporáneo es informado por las experiencias de estas luchas sociales. Pero la restauración neoliberal ha triunfado, a través de re-negociaciones y luchas en torno al valor, no-valor, valor de cambio y de uso, en crear nuevas líneas demarcatorias entre la economía sustantiva y formal. Los mercados con sus desarrollos conflictivos y propensos a las crisis se han expandido, y lo que antes era parte de los exteriores ha sido manipulado y transformado en interiores.

La noción de Luxemburgo de economías naturales no dependientes que se ubican por fuera del capital provee una perspectiva más dinámica sobre la producción entre iguales que la perspectiva de la externalidad de la teoría neoclásica. Scholz y Luxemburgo habilitan un entendimiento del potencial para que agencias políticas diferentes y contrapoderes emerjan desde fuera del capital. De la teoría de Scholz podemos tomar la importancia de expandir las normas de lo que no es intercambiable, de la historia del siglo XX podemos aprender la importancia del desarrollo de alianzas estratégicas de la producción entre iguales con el estado, y de Luxemburgo la idea de que la producción entre iguales amenaza al capitalismo de acuerdo a su grado de auto-suficiencia como economía natural.

Cambiando los exteriores: producción capitalista de valor y valorizaciones alternativas de trabajadores sociales

Desde la década de 1970, los segmentos líderes de la economía mundial se han vuelto cada vez más dependientes de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y de un tipo de organización laboral que enfatiza la flexibilidad, descentraliza la responsabilidad en equipos de trabajo y produce “justo a tiempo”. El post-modernismo y el post-estructuralismo han avanzado en la academia desde la década de 1980 con un creciente interés en la importancia del lenguaje y la cultura en las ciencias sociales y humanas. La industria cultural de la Escuela de Frankfurt se ha transformado en algo completamente diferente, exigiendo a menudo en la actualidad la activa participación comunicativa de las personas. Los marxistas autonomistas, influidos por los escritos de Marx acerca del intelecto general y los pensamientos de Michel Foucault sobre la creciente importancia de la biopolítica, describen la situación actual indicando que la vida social es productora de valor y productiva en sí misma, dentro de lo que Paolo Virno ha dado en llamar comunismo del capital (Virno, 1996, 2004: 110, 2007). Este argumento supone que la línea divisoria entre una economía sustancial y una formal, entre vida social y producción de valor, se dibuja a posteriori en aquellos casos en que la vida social es apropiada por el capital (Hardt & Negri, 2009; Negri, 2008: 29).

Fleischer ofrece una crítica a las asunciones de Hardt y Negri según las cuales en la actualidad es imposible calcular el valor debido al hecho de que su suma consiste en la totalidad cualitativa del intelecto general, lo que significa que la transformación de la fuerza de trabajo en mercancía no juega ya un rol decisivo en la medida en que todas las actividades sociales cuentan como trabajo inmaterial (no tangible); que la explotación del plusvalor no ocurre más en la producción sino luego de ella y que de este modo el capital asume un rol parasitario (Fleischer, 2014a, b). Esta teoría supone que alguna vez fue posible calcular el valor, pero Wertkritik asume que el valor es una relación social entre las mercancías y que ningún actor histórico ha sido capaz de medir cuánto valor contiene una mercancía, incluso aunque el valor haya sido siempre una relación cuantitativa sostenida por el mercado. Los actores de mercado no se preocupan por la cantidad de tiempo de trabajo involucrado en la mercancía; se preocupan por los precios, pero en dicho proceso ayudan a “medir” lo que Marx denomina trabajo abstracto. Fleischer sostiene que desde este punto de vista teórico se torna más difícil afirmar que el capitalismo ha mutado bajo el postfordismo (Fleischer, 2014^a).

Por otro lado, si el valor es una relación social, y no es el trabajo sino la construcción social (valorización) entre personas en el mercado lo que constituye el valor, esta valorización podría asumir nuevas formas exteriores al mercado, especialmente en el capitalismo contemporáneo que se focaliza en la comunicación, la cultura y los afectos. De Angelis afirma la existencia de un exterior a las valorizaciones capitalistas⁶. El exterior no necesariamente es pero puede ser un lugar fijo, y no necesariamente tiene una identidad fija, pero los valores del exterior se fundamentan en prácticas materiales “para la reproducción de la vida y sus necesidades”. Las prácticas de valor alternativas incluyen la emergencia de discurso, necesidades y prácticas de objetivación que están limitadas en espacio y tiempo (debido a la falta de recursos), y de fenómenos que son incapaces de “madurar en el tiempo cíclico de creación normativa” pero, no obstante, son fuerzas sociales activas (De Angelis, 2007: 32). Por lo tanto, es importante la forma en que la producción entre iguales es observada tanto por personas ajenas/ externas [outsiders] a dichas prácticas (lectores y donantes de dinero en el caso de Wikipedia) como internas. Si los iguales productores se identifican crecientemente con la idea de ser socialmente necesarios, el telos de sus prácticas creadoras de valor contribuiría a un programa de valor alternativo y al desarrollo de luchas fuertes por el valor.

Lo interesante del marxismo autonomista es que pone del revés el entendimiento de la relación de capital. No es ya el capital el actor principal sino la clase trabajadora dentro de los ciclos de lucha. El deseo, el juego y la composición de clase explican el cambio histórico de la clase trabajadora (Negri, 1988: 209–210, 212–214, 218, 220). La teoría de *ciclo de lucha* adquiere relevancia desde los desarrollos de las últimas décadas en el capitalismo cognitivo. Carlo Vercellone sostiene que la dependencia de la producción capitalista del intelecto general señala una tercera etapa en la historia de la división del trabajo y habilita una transición directa hacia el comunismo (Vercellone, 2007: 15). El cambio cualitativo en la composición orgánica del capital debido al intelecto general del cerebro social pone de revés la subsunción del trabajo vivo al trabajo muerto (capital constante). Vercellone llama a esto “la caída tendencial del control de la división del trabajo por parte del capital” (Vercellone, 2007: 18). Cuando el trabajo intelectual y científico deviene la fuerza productiva dominante, el conocimiento re-socializa todo, lo cual eventualmente se torna un problema

⁶ El colectivo autonomista italiano y la revista *Endnotes* subrayan, en oposición a Hardt y Negri, que el proceso de trabajo que el capital reclama como propio equivale al proceso de producción inmediato del capital (definido por la relación de capital y la forma salario), y no la vida social en su totalidad (*Endnotes* 2013, p.100).

insostenible para el capital. El *trabajador social* cognitivo todavía depende del salario, pero tienen una autonomía en el proceso de trabajo inmediato que se asemeja a la del artesano en un período previo de subsunción formal del trabajo al capital. Como consecuencia, se puede esperar que el capitalismo devenga más brutal y extra-económico en sus operaciones para mantener el control sobre un proceso de trabajo inmediato cada vez más autónomo (Vercellone, 2007: 20–22, 31–32).

La creciente independencia y fuerza de algunas fracciones privilegiadas del trabajador social posee consecuencias para los PPPs. Parece plausible que el tipo cognitivo de trabajador social sea atraído hacia la producción entre iguales y que el trabajador social como par productor solamente esté indirectamente conectado al sistema de clases del capitalismo. Los procesos de concientización política dentro de la producción entre iguales no solo se organizan a partir de las relaciones de clase capitalistas, sino también a partir de las actividades productivas exteriores al capitalismo. El argumento de Vercellone implica una posición cada vez más fortalecida para la producción entre iguales, en la medida en que el capitalismo deviene, para su producción, más dependiente de trabajadores sociales más independientes, del software libre (free software), el conocimiento abierto y los datos abiertos. Las PPPs exitosas pueden forzar al capital a encontrar nuevos nichos para la producción de valor, pero estos nichos, cada vez más, son encontrados dentro de actividades relacionadas al intelecto general, están cada vez más poblados por trabajadores sociales cognitivos y pueden, así, ser cada vez más difíciles de controlar por parte del capital.

La crítica de Fleischer (2014a) a la comprensión de las actividades no mercantilizadas y no remuneradas de la fuerza de trabajo como productoras de valor (en un sentido capitalista) es importante, además, en otro sentido. Las actividades de los usuarios de Facebook o de los iguales productores no reforzarían el capitalismo a nivel sistémico con la producción de nueva plusvalía. Esto podría ser un problema para el capital.

Un uso no dogmático del marxismo, que combina partes de Wertkritik y del marxismo autonomista, nos ayuda a ver los contornos de un nuevo sujeto político y potencialmente anticapitalista, con conocimientos y habilidades de los que el capital es cada vez más dependiente. Las formas emergentes de exteriores más independientemente organizados (PPPs) marcan el potencial de varios, simultáneos y

competitivos modos de producción existentes dentro de las formaciones sociales históricas.

Los modos de producción externos y el materialismo histórico

Nuevos modos de producción emergentes y anticipatorios pueden existir fuera y en paralelo con un modo de producción hegemónico. La historia nos ha exhibido que los modos de producción exteriores pueden expandirse a expensas del modo de producción hegemónico. Mihailo Markovic subraya que la revolución burguesa que derrocó a la aristocracia del poder político lo hizo después de un largo período de expansión y crecimiento capitalista dentro del sector económico feudal (Markovic, 1991: 542).

Existe una coexistencia dinámica de los modos de producción antes, durante y después de los procesos de transición histórica entre los diferentes modos de producción hegemónicos. Raymond Williams vio coexistir sistemas culturales emergentes, dominantes y residuales en una interacción tan dinámica como histórica (Williams, 1977: 121-127). Estos sistemas culturales o modos de producción están en diferentes etapas de su desarrollo y, por lo tanto, tienen diferentes formas de influencia y poder sobre la totalidad. Fredric Jameson sostiene que ninguna sociedad histórica ha existido bajo la forma de un modo de producción puro. Los modos de producción antiguos y residuales han sido relegados a posiciones dependientes dentro del nuevo modo de producción hegemónico, junto con "tendencias anticipatorias que son potencialmente inconsistentes con el sistema existente pero que aún no han generado un espacio autónomo propio" (Jameson, 1989: 80).

Louis Althusser entiende el concepto de Marx de la *formación social* como un concepto superior en relación con el concepto de modo de producción. Toda formación social es una sociedad histórica concreta basada en un modo de producción hegemónico, lo que significa que siempre hay al menos dos modos de producción en una formación social. Los modos de producción que no son hegemónicos están dominados y tienen su origen en formaciones sociales anteriores o dentro de formaciones sociales emergentes (Althusser, 2014: 17-18). Althusser sostuvo que había que entender la relación entre los modos de producción dominantes y dominados, que

Un marco desde la economía política crítica sobre la relación de la producción entre pares y el capitalismo

resultan siempre antagónicos, si se quería entender la relación entre las fuerzas productivas y las relaciones sociales de producción (Althusser, 2014: 20). A menudo se trata de contradicciones "entre las fuerzas productivas de todo el conjunto de modos de producción en esa formación social, por una parte, y, por otra, las relaciones de producción del modo de producción actualmente dominante" (Althusser, 2014: 20).

No está claro por qué Althusser sostiene que las fuerzas productivas de todos los modos de producción son activas, mientras que sólo las relaciones sociales del modo de producción dominante son activas. Esta perspectiva, aunque sin olvidar que son las relaciones sociales del modo de producción hegemónico que domina la distribución de la riqueza social, parece demasiado unilateral, pero Althusser también capta algo.

En un famoso pasaje, Marx escribe que, en primer lugar, ningún orden social concluye sin que todas sus fuerzas productivas hayan sido desarrolladas; en segundo, una forma superior de relaciones sociales de producción nunca emerge antes de que las condiciones materiales para ellas tengan lugar o se encuentren en proceso de formación (Marx, 1859). La afirmación, raya el determinismo, pero es justa a la vez: la transición ocurre cuando -si y sólo si- todas las condiciones se reúnen. Marx también describe las condiciones necesarias, las no las condiciones suficientes subrayando que tales condiciones necesarias se construyen en contextos y luchas sociales. La conclusión es que ningún período de transición real será sin luchas sociales y conflictos. No importa cuán gradual, lento y simbiótico sea ese momento. En las fases tardías del período de transición se verán conflictos cada vez mayores cuando las relaciones sociales de producción comiencen a obstaculizar, en lugar de estimular, el desarrollo de las fuerzas productivas (Marx, 1859). Están involucrados los intereses de clase, los privilegios sociales y las relaciones de poder.

Pero la formulación de Marx debe complementarse con un énfasis teórico en las luchas politizadas entre las relaciones sociales hegemónicas y las alternativas de producción en las fases posteriores del período de transición. La posición de Althusser podría entonces ser revisada para que las contradicciones entre todas las fuerzas productivas y las relaciones sociales de producción estén involucradas en los conflictos entre modos de producción dominantes y dominados.

Por lo tanto, se argumenta que el énfasis de Williams, Jameson y más tarde Richard Barbrook, con su teoría de un cibercomunismo que reemplaza lentamente el

capitalismo en la evolución de la síntesis del "don y la mercancía" (Barbrook, 2000: 33, 2005) en la interacción sincrónica y no antagónica entre los diferentes modos de producción de una manera abierta y dialéctica dentro de un momento histórico o formación social (Jameson, 1989: 81) sólo es válida por fuera, o en las primeras fases de un período de transición actual entre diferentes modos de producción.

En consecuencia, la tradición marxista, reconoce por un lado desarrollos híbridos y alianzas tácticas, y por otro, es teóricamente clara sobre las luchas sociales que en un momento dado serán necesarias para completar el período de transición. Esta apertura táctica con respecto a los modos de producción coexistentes de diferentes orígenes, dependencias y fortalezas, y la clarividencia estratégica a largo plazo tiene el potencial de reforzar aún más un movimiento P2P, donde Benkler sólo habla de modos de producción coexistentes y Bauwens y Kostakis parecen pensar que el capitalismo eventualmente se desvanecerá en una economía de mercado ética en la que la economía corporativa y solidaria convergen, aunque bajo la presión política de fuertes movimientos sociales (Benkler, 2006, Kostakis y Bauwens, 2014: 65-68).

En este contexto, hay que decir algo sobre la teoría de la crisis marxista y, después de eso, será el momento de discutir la producción entre iguales como un proyecto anticapitalista

Teoría de la crisis marxiana: su adentro y su afuera

El marxismo contiene una tradición de determinismo tanto tecnológico como social. Ernst Mandel pensó que el trabajo muerto, la porción del capital constante en el capital total, y por ende la composición orgánica del capital, aumentó en los años 70. Según la teoría del valor, esto resulta en una tasa de ganancia deprimida, y para Mandel la crisis final del capitalismo se avecinaba (Mandel, 1982: 46, 49–50, 59–57; Dyer-Witheford, 1999: 43–44).

Pero Marx identificó muchos factores que actuaban contra la ley de la tasa decreciente de ganancia, y Andrew Kliman argumentó convincentemente que las crisis habituales del capitalismo no necesariamente terminarán en una crisis final. No es solo la ganancia la que decide la tasa de ganancia, sino también el monto del capital que está siendo invertido, que, a su vez, depende de cuánto capital fue destruido en la última crisis. El pico de la tasa de ganancia que sigue a una crisis es probablemente

más alto que el pico anterior y crisis más frecuentes implican menos tiempo para que funcione la ley (Kliman, 2012: 25).

Así, no hay un fin predeterminado para el capitalismo, sino muchas crisis recurrentes. La expansión del capital fuera de las paredes de la fábrica, entendida como la expansión de la relación capitalista a las interacciones sociales virtuosas de la vida social, también contrarresta el aumento de la composición orgánica (Dyer-Witheford, 1999: 45). La vida social, los afectos y la comunicación son hoy el afuera, que junto con la crisis recurrente, inhiben la crisis final del capital.

Este marco marxiano genera preguntas cruciales sobre cómo un organizado afuera respecto a la producción de valor puede coexistir e influenciar cada vez más a un capitalismo recurrentemente en crisis con una necesidad constante de mercantilizar la esfera digital que cada vez más media la vida social contemporánea. Los choques parecen inevitables en el futuro, en especial si los iguales productores tienen que autovalorizarse a ellos y a su proyecto como socialmente necesario. Pero las formas de los conflictos siguen siendo una pregunta abierta y la radicalización de los iguales productores puede ser moderada por el hecho de que los bienes digitales no cesan de existir libremente incluso si se convierten en mercancías en otro contexto.

Estrategias para la producción entre iguales anti-capitalista

Los proyectos de producción entre iguales pueden ser, y han sido, analizados como una variedad de la idea de los autonomistas marxistas del *éxodo* de la sociedad capitalista (Virno, 1996a; Söderberg, 2008). Pero la perspectiva del éxodo ha sido representada débilmente en un estudio sobre la Wikipedia sueca. La enciclopedia fue entendida por varios informantes como un oasis de confiabilidad e información y conocimiento sin publicidad [Ad-free]. Pero, más que inspirar una crítica del capitalismo, las fuertes posiciones ideológicas en el estudio enfatizan el potencial de Wikipedia con su información neutral para mejorar la vida dentro del capitalismo. Y respecto a si la producción entre iguales plantea un desafío al capitalismo, el estudio concluyó que a Wikipedia se le atribuía fuerza y una mayor productividad comparada con el capitalismo, y por lo tanto lo superaba, pero que era la más débil y la más latente de las tres formaciones ideológicas que fueron identificadas (Lund, 2015a).

Por otra parte, las luchas contra los procesos de normalización del mercado a menudo le dan energía e impulso al capital. De Angelis lo llama “la dialéctica claustrofóbica que necesita ser superada”: éxodos, líneas de vuelo, emergencias y rupturas con normas y valores son momentos de actos creativos que son regresados a la medida del capital bajo el capitalismo (De Angelis, 2007: 3). Así, no todas las luchas contra el capitalismo tienen resultados progresivos.

Somos, entonces, confrontados con una situación donde la relación de la producción entre iguales con un capitalismo inclinado a las crisis podría llevar a conflictos, y necesariamente lo hará si nos embarcamos realmente en un período de transición, pero donde, simultáneamente, no todas las luchas son progresivas en sus resultados. Aquí el tiempo es de crucial importancia. La minimización del antagonismo por parte del movimiento P2P podría tener cierto valor estratégico a corto plazo, en especial en tanto los procesos de cooptación del capital no pueden ser contrarrestados. Pero la visión más antagonista del marxismo sobre el adentro y el afuera del capitalismo será probablemente de crucial importancia a mediano y largo plazo. La táctica y estrategia política tendrá también que adaptarse a diferentes PPP en diferentes sectores de la economía política. Se podría necesitar una diferente táctica en relación a la producción entre iguales dentro de FOSS (free and open source software), que está ubicada en un sector central del capitalismo cognitivo, mientras que las enciclopedias no lo están. Hoy 40% de todos los desarrolladores en FOSS reciben salarios (Dafermos and Söderberg, 2009: 60, 63–64; Bauwens, 2009: 123–124) y se suelen usar licencias abiertas, ligadas a la Open Source Initiative (OSI)⁷, en lugar de licencias copyleft, ligadas a la Free Software Foundation (FSF), lo que llama a un enfoque más crítico y que tome seriamente la función social cada vez más necesaria de la programación de software libre y abierto antes de que su existencia y desarrollo como una alternativa se estanque en lugar de radicalizarse.

En el caso de Wikipedia, el éxodo hacia un afuera organizado del capital en la forma de producción entre iguales puede ganar mayor fuerza aunque, por ahora, no tome la forma de un enfoque anti-capitalista completo. Los PPP no comerciales, predominantemente financiados por donaciones populares y administrados por fundaciones sin fines de lucro, ofrecen un sustento bajo el capitalismo cuando da empleo. Estos proyectos aumentan la resiliencia tanto de la producción entre iguales

⁷ Las licencias de la OSI son más permisivas para la cooptación capitalista al permitir que las compañías incluyan el código fuente abierto en sus trabajos derivados (nota agregada por el autor).

Un marco desde la economía política crítica sobre la relación de la producción entre pares y el capitalismo

como de los productores de ese tipo, sin contribuir con la producción de valor, y fomentan actitudes y auto-valorizaciones de los iguales productores que se ven como socialmente necesarios (en un sentido capitalista). Pero lo que es importante es que el modelo financiero, con muchas donaciones pequeñas y populares, viene con un pequeño giro. Requiere cierto tipo de no comercialidad para que las donaciones sigan llegando (Lund & Venäläinen, 2016). Esos PPP no pueden descansar exclusivamente en trabajo asalariado. Tiene que haber producción voluntaria e impaga. El desafío de los proyectos de producción entre iguales será seguir atrayendo nuevos voluntarios al mismo tiempo que emplean el número adecuado de personas en las funciones más estratégicas⁸.

Siguiendo la crítica de Postone (Postone, 1993: 17, 45-68, 312, 314) del trabajo asalariado abstracto, la producción entre iguales tiene que tomar al trabajo asalariado con cuidado, escepticismo, y dentro de una perspectiva general que apunte a abolirlo en cierto punto. La producción entre iguales como empleadora convierte el adentro del capital –la relación de capital- en un instrumento para fortalecer a un afuera de producción solo de valor de uso, pero la estrategia tiene límites claros. El trabajo asalariado dentro de la producción entre iguales es parasitario y dependiente de la producción de valor del capital y, por lo tanto, es afectado negativamente por sus crisis.

Una estrategia híbrida que alterne entre licencias copyleft y licencias de producción entre iguales (LPP) que Bauwens y Kostakis sugieren para prevenir que los comunes de Linux se conviertan en “comunes de una compañía” (Bauwens and Kostakis, 2014: 356–357) podría dar flexibilidad tanto como optimizar la resiliencia de la producción entre iguales. Las PPL regulan lo que los PPP cobran por sus productos de parte de actores comerciales, mientras que se los entregan gratis a iguales asociados en cooperativas, como las comunas de riesgo de Kleiner (Kleiner, 2010). Esta estrategia ayudaría a crear un colchón económico sin conexión directa con el sistema financiero capitalista.

Pero la paradoja proclamada por Bauwens y Kostakis que dice que una licencia de uso compartido comunista sin restricciones para compartir resulta en una práctica

⁸ La teoría crítica podría hacer algún trabajo práctico identificando qué alianzas con el capital sirven a los fines de la producción entre iguales (Lund 2015a)

capitalista acentuada (Bauwens and Kostakis, 2014: 357) es solo parcialmente verdadera. La licencia copyleft (pero no las licencias Open Source de OSI) tiene restricciones y requiere que los actores comerciales compartan productos comerciales derivados abiertamente. Este rasgo viral de la licencia copyleft puede potencialmente ser usado como una herramienta ofensiva para una “comunización” del capitalismo. En este proceso, podría tratar de usar la noción positiva de competencia del liberalismo contra el propio capitalismo, lo que implicaría que el conocimiento abierto crea una mejor competencia y mercados, al mismo tiempo que fortalece los comunes.

Habiendo dicho esto, es cierto que la licencia copyleft es rara vez prácticamente implementada en relación a los intereses del capital. Los wikipedians no priorizan el hecho de controlar si los actores comerciales cumplen con la licencia y abren los productos comerciales derivados (Lund, 2015^a). La razón para no abandonar totalmente la licencia copyleft es el riesgo de que la estrategia propuesta por Bauwens y Kostakis (2014:358) falle en expandir la contra-economía, al mismo tiempo que el rasgo viral de la licencia copyleft no pueda ser usado o politizado. Por el momento, esto llama a un enfoque y una estrategia mixta.

Finalmente, la producción entre iguales sola no puede lograr una revolución social. La producción entre iguales puede ser entendida como islas comunistas basadas en los comunes, más que como el “común” presente de modo ubicuo de Hardt y Negri, y no existe en todas partes en la sociedad además de requerir una revolución social para generalizarse. Serán necesarias alianzas entre activistas anti-capitalistas, hackers y iguales productores (Rigi, 2013: 404, 412–414). También se podrán dar alianzas con los restos del estado de bienestar y diferentes formas de cooperativas.

Observaciones finales

Una más amplia perspectiva social antropológica y un encuadre marxista permite dar contornos al potencial de la producción entre iguales como una potencia social anti-capitalista. Así, fortalecen la visión positiva del movimiento P2P sobre las externalidades al mismo tiempo que aportan realismo a las luchas que quedan por delante para una producción entre iguales que realmente desafíe al capitalismo.

El concepto marxiano de ser socialmente necesario ayuda al movimiento P2P a identificar las posibilidades y peligros involucrados en expandir los procesos

alternativos de auto valorización de la producción entre iguales en la sociedad. Con una estrategia pragmática, que involucre trabajo asalariado, la resiliencia y el carácter socialmente necesario de la producción entre iguales (en un sentido capitalista) se fortalecerán, haciendo a los iguales productores más auto concientes y a continuación más radicalmente opuestos o bien más a favor del capital.

Scholz y Luxemburg nos brindan una más amplia comprensión del potencial para que diferentes agencias políticas y contra-poderes emerjan del afuera del capital. De las teorías de Scholz podemos extraer la importancia de expandir las normas de lo que no es intercambiable, de la historia del siglo XX podemos extraer la importancia para la producción entre iguales de desarrollar alianzas estratégicas con el estado, y de Luxemburg podemos extraer la visión sobre el hecho de que la producción entre iguales amenaza más al capitalismo cuando se vuelve más auto-suficiente.

Combinar partes de la Wertkritik y el autonomismo marxista nos ayuda a ver los contornos de un nuevo sujeto político potencialmente anti-capitalista, con conocimiento y habilidades de las cuales el capital depende cada vez más. La visión tácticamente matizada del marxismo sobre modos de producción coexistentes da apoyo a estrategias híbridas por parte del movimiento P2P, alternando entre diferentes licencias, pero pone el acento en las necesarias luchas sociales que involucran los períodos de transición real, y en relación con las crisis recurrentes del capitalismo —en especial si los iguales productores se auto-valorizan a sí mismos y a sus proyectos como socialmente necesarios de modos cada vez más independientes. Esta clarividencia teórica tiene el potencial de preparar y empoderar a una producción entre iguales que deberá mostrar, con cada nueva crisis, que es más estable, efectiva y socialmente resiliente que el capitalismo.

Referencias

Althusser, L. (2014) *On the reproduction of capitalism: Ideology and ideological state apparatuses*. London: Verso.

Anderson, C. (2007) *Long tail*. Stockholm: Bonnier fakta.

- (2013) *Makers: Den nya industriella revolutionen*. Modernista.
- Barbrook, R. (2000) “Cyber-communism: How americans are superseding capitalism in cyberspace”. *Science as Culture* 9(1): 5–40.
- (2005) “High-tech gift economy”. *First Monday*, Special Issue Update no. 3. Available at: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1517> (accessed on 7 February 2014).
- Bauman, Z. (2000) *Liquid modernity*. Cambridge: Polity.
- Bauwens, M. (2009) “Class and capital in peer production”. *Class and Capital* 97(Spring).
- (2012) “From the theory of peer production to the production of peer production theory”. *Journal of Peer Production* 1. Available at: <http://peerproduction.net/issues/issue-1/invited-comments/from-the-theory-of-peer-production-to-the-production-of-peer-production-theory/> (accessed on 24 July 2013).
- Bauwens, M. and V. Kostakis (2014) “From the Communism of Capital to Capital for the Commons: Towards an Open Co-operativism”. *tripleC: Communication, Capitalism and Critique*. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society 12(1): 356–361.
- Benkler, Y. (ed.) (2006) *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Brown, B. (2012) “Will Work For Free: Examining the Biopolitics of Unwaged Immaterial Labour”. University of Western Ontario – Electronic Thesis and Dissertation Repository. Available at: <http://ir.lib.uwo.ca/etd/620>.
- Dafermos, G. and J. Söderberg (2009) “The hacker movement as a continuation of labour struggle”. *Class and Capital* 97 (Spring).
- De Angelis, M. (2007) *The beginning of history: Value struggles and global capital*. London: Pluto.

- (2008) “Marx and primitive accumulation: The continuous character of capital’s ‘enclosures’”, in W. Bonefeld (ed.) *Subverting the present, imagining the future: Class, struggle, commons*. New York: Autonomedia.
- Dulong de Rosnay, M. and F. Musiani (2015) “Towards a (De)centralization-Based Typology of Peer Production”. *tripleC: Communication, Capitalism and Critique*. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society 14(1).
- Dyer-Witheford, N. (1999) *Cyber-Marx: Cycles and circuits of struggle in high-technology capitalism*. Urbana: University of Illinois Press.
- Endnotes (2013) “Subsumtionens historia”, in *Sakernas tillstånd och tillståndet för sakernas förstörelse*. Malmö: Eskaton. Available at: http://eskaton.se/files/sakernas_tillstand.pdf (accessed on 19 March 2014).
- Fleischer, R. (2012) *Musikens politiska ekonomi: lagstiftningen, ljudmedierna och försvaret av den levande musiken, 1925-2000*. Stockholm: Ink.
- (2014a) “Postoperaismens värdeteori: några kritiska anteckningar”. Rasmus Fleischer. Available at: [http://www.rasmusfleischer.se/2014/07/postoperaismens-wardeteori-nagra-kritiska-anteckningar/](http://www.rasmusfleischer.se/2014/07/postoperaismens-vardeteori-nagra-kritiska-anteckningar/) (accessed on 24 October 2014).
- (2014b) “Värdekritisk kristeori: att tänka kapitalets sammanbrott”, in K. Borgnäs and J. Örestig (eds.) *Fronesis*, (46–47 (Kris)): 88–97.
- Fuchs, C. (2014) *Digital labour and Karl Marx*. London: Routledge.
- Graeber, D. (2011) *Debt: The first 5,000 years*. New York: Melville House.
- Gye, L. (2007a) Michel Bauwens Part One. Swinburne University, Melbourne, Australia. Available at: http://www.youtube.com/watch?v=Dn929K_jVQI.
- (2007b) Michel Bauwens Part Two. Swinburne University, Melbourne, Australia. Available at: <http://www.youtube.com/watch?v=-J3G6sbvaac&feature=related>

**Economía de la atención y visión maquínica:
hacia una semiótica asignificante de la imagen⁹**

Claudio Celis Bueno¹⁰

Recibido: 04/09/2017; Aceptado: 02/10/2017

Resumen:

El presente artículo explora la relación entre imagen y poder al interior de lo que se ha llamado la “economía de la atención”. En este nuevo modelo productivo, la atención humana se convierte en un mecanismo tanto de producción de plusvalía como de reproducción de relaciones de poder. Por un lado, la atención humana deviene fuente de información que es capturada y transformada en fuerza productiva. Por otro lado, la atención humana es utilizada como fuente de información estadística sobre una población, contribuyendo a la transición desde una sociedad disciplinar (basada en la individuación del sujeto en la masa) hacia una sociedad de la seguridad o control (basada en el cálculo estadístico y la gubernamentalidad). En este nuevo estadio del capitalismo, en el cual la imagen es producida y procesada algorítmicamente (visión maquínica), las categorías tradicionales para comprender la relación entre imagen y poder resultan insuficientes y requieren ser reconsideradas. Para ello, propongo el concepto de “imagen asignificante”. A partir de un desplazamiento de la metodología no-representacional propuesta por Gilles Deleuze y Félix Guattari hacia el fenómeno de la “visión maquínica” (Virilio), defino un novedoso marco teórico desde donde explicar el rol de la imagen en el capitalismo contemporáneo.

Palabras clave: economía de la atención, Deleuze, Guattari, imagen asignificante, poder

Abstract:

This article explores the relationship between images and power in the context of what has been called “the attention economy”. In this new productive model, human attention becomes a new mechanism for

⁹ Una versión preliminar de este texto ha sido presentada como ponencia en el “II Congreso Latinoamericano de Teoría Social y Teoría Política. Horizontes y dilemas del pensamiento contemporáneo en el sur global”, Buenos Aires, agosto 2017.

¹⁰ Profesor e investigador de la Escuela de Cine de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano (Santiago, Chile). Autor de los libros “The Attention Economy: Labour, Time and Power in Cognitive Capitalism” (2016) y “Cine clásico, ideología y auto-conciencia: de Don Quijote a Toy Story” (2009). Doctor en Teoría Crítica por la Universidad de Cardiff (Reino Unido). Investigador de postdoctorado FONDECYT (CONICYT, Chile) con el proyecto “Estética y política del cine de metraje encontrado en la era de la postproducción digital” (2015-2017).

the production of surplus value and the reproduction of power relations. On the one hand, human attention becomes a source of information that is captured and transformed in a productive force. On the other hand, human attention is used as a source of statistical information about a given population, shifting from a disciplinary society (based on the individual) towards a control society (based on statistical analysis and governability). In this new stage of capitalist accumulation in which images are produced and processed algorithmically, the traditional categories used to understand the relationship between power and images become obsolete. This article suggests the concept of “asignifying images” as a way of explaining the relationship between power and images in contemporary capitalism. By displacing Deleuze and Guattari’s non-representational theory to the case of “machinic vision” (Virilio), this article defines an original framework from where to explain the role of images in contemporary capitalism.

Keywords: attention economy, Deleuze, Guattari, image, power

Resumo:

Este artigo analisa a relação entre imagem e poder dentro do que tem sido chamado de "economia da atenção". Nesse novo modelo produtivo, a atenção humana torna-se um mecanismo tanto da produção de mais-valia como da reprodução das relações de poder. Por um lado, a atenção humana se torna uma fonte de informação que é capturada e transformada em uma força produtiva. Por outro lado, a atenção humana é usada como uma fonte de informação estatística sobre a população, contribuindo para a transição de uma sociedade disciplinar (com base na individualização do sujeito na massa), para uma sociedade de segurança ou controle (baseado no cálculo estatística e governamentalidade). Nesse novo estágio do capitalismo, no qual a imagem é produzida e processada por algoritmos (visão maquínica), as categorias tradicionais para entender a relação entre imagem e poder são insuficientes e precisam ser reconsideradas. Para isso, proponho o conceito de "imagem a-significante". A partir de um deslocamento da metodologia não representacional proposta por Gilles Deleuze e Félix Guattari para o fenômeno da "visão maquínica" (Virilio), defino um novo arcabouço teórico a partir do qual se explica o papel da imagem no capitalismo contemporâneo.

Palavras-chave: economia de atenção, Deleuze, Guattari, imagem a-significante, poder

1. Introducción: la economía de la atención

El concepto de economía de la atención fue forjado por Herbert Simon en 1969. Para Simon, la creciente abundancia de información en la esfera productiva genera una gradual escasez de atención humana. A mayor información disponible, mayor la escasez y mayor el valor de nuestra atención. Con la masificación de los medios de comunicación, en particular del internet, la noción de economía de la atención introducida en 1969 se ha vuelto una categoría central para el análisis económico contemporáneo.

Por una parte, en la literatura del “management” empresarial, la administración de la atención de los trabajadores, expuestos a una cantidad excesiva de estímulos, se torna uno de los problemas clave de la productividad. En este nuevo contexto, el síndrome de déficit atencional se nos presenta como una patología estructural, mientras conceptos como “multi-tasking” y “mindfulness” se convierten en nuevos fetiches para un mundo saturado de información. Por otra parte, nos encontramos con una vasta literatura para “emprendedores”, libros que prometen enseñarnos los secretos para triunfar en esta nueva economía en dónde capturar la atención del otro se transforma en la base de todo éxito económico. Cada sujeto se torna así no sólo en empresario de sí mismo (como bien predijo Foucault respecto al neoliberalismo) sino también en su propio publicista y en su propio asesor de imagen.

Por último, nos encontramos con una no menos proliferante literatura crítica acerca de este nuevo fenómeno. Esta literatura se concentra principalmente en dos aspectos. En primer lugar, se ha propuesto que en este nuevo contexto la atención humana se convierte en un mecanismo de trabajo productivo (que produce valor) y por ende en un nuevo territorio de explotación capitalista. Según autores como Jonathan Beller (2006) y Christian Fuchs (2014), cada vez que revisamos nuestro *Facebook* o realizamos una búsqueda en *Google*, estamos trabajando para estas empresas, quienes capitalizan nuestra atención, convirtiéndola en una mercancía y comercializándola a través de verdaderas “bolsas de comercio de la atención”. Tiziana Terranova (2004; 2012) ha utilizado la categoría de “free labour” para definir este tipo de trabajo no-remunerado que sin embargo produce valor económico (vinculándolo así con la crítica marxista del trabajo no-remunerado de las mujeres en el hogar). Leída de este modo, la economía de la atención nos exige repensar las categorías marxistas de explotación, la distinción entre tiempo de trabajo y tiempo libre, y la distinción entre trabajo productivo y trabajo improductivo.

En segundo lugar, se ha sostenido que la economía de la atención debe ser entendida como un nuevo mecanismo de poder que reemplaza (o al menos complementa) a las antiguas instituciones en la tarea de reproducir las relaciones de producción capitalista. Algunos autores (Poster, 1990; Gandy, 1993; Lyon, 1994) sugieren que el internet se convierte en un “hiper-panóptico” a través del cual la vigilancia e individuación del sujeto en la masa alcanza un grado de máxima eficiencia. Otros autores (Haggerty y Ericson, 2000; Haggerty 2006), en cambio, sugieren que el uso de las redes sociales y las tecnologías digitales como mecanismos de poder deben ser comprendidas desde un marco post-panóptico, mejor expresado por la categoría

de sociedades de control de Gilles Deleuze (1995). Según Matteo Pasquinelli (2015), por ejemplo, la economía de la atención debe ser pensada al interior de una “sociedad de meta-datos” en la cual las tecnologías digitales materializan efectivamente las predicciones hechas por Deleuze respecto al paso desde la disciplina hacia el control.

En términos generales, entonces, la economía de la atención transforma la atención humana en un mecanismo tanto de producción de plusvalía como de reproducción de relaciones de poder. Por un lado, la atención humana deviene fuente de información que es capturada y transformada en fuerza productiva. Por otro lado, la atención humana es utilizada como fuente de información estadística sobre una población, contribuyendo a la transición desde una sociedad disciplinar (basada en la individuación del sujeto en la masa) hacia una sociedad de la seguridad o control (basada en el cálculo estadístico y la gubernamentalidad).

2. Hipótesis: hacia una nueva teoría de la imagen y de la información para la economía de la atención

Ahora bien, en este nuevo estadio del capitalismo, el concepto de imagen sufre cambios fundamentales. En primer lugar, el concepto de espectáculo (Debord, 1995) – utilizado por largo tiempo para pensar el carácter esencialmente visual del capitalismo tardío, gobernado mayoritariamente por la industria cultural (Adorno y Horkheimer, 1998) y los medios de comunicación (McLuhan, 2009) – exige ser reemplazado por un análisis del carácter performativo de la imagen. No se trata ya de preguntar ¿qué significa una imagen?; o ¿qué relaciones reales oculta tras su superficie aparente? Se trata más bien del análisis de los procesos técnicos a través de los cuales la imagen “funciona”. La respuesta a cómo la imagen produce valor económico y cómo reproduce relaciones de poder no puede seguir siendo contestada a través de la dimensión significante. Ya no se trata de un análisis del potencial ideológico de la imagen. Se trata más bien del análisis de las funciones que ejerce la imagen al interior de una determinada máquina social.

En el caso particular de la economía de la atención, la dimensión significante de la imagen es en gran medida reemplazada por una dimensión algorítmica similar a aquello que Paul Virilio (1994) llamó “máquinas de visión”. Estas “máquinas de visión” transforman a la imagen en un vehículo para capturar información en vistas a producir plusvalía económica y en vistas a reproducir determinadas relaciones de poder. Ante esto, las categorías tradicionales de imagen e información (basadas ambas

en una dimensión significante) resultan insuficientes para una teoría que examine la función de estas categorías y requieren por ende ser reconsideradas. Si queremos pensar la relación entre imagen y poder en la era de la economía de la atención, un nuevo marco conceptual que redefine las categorías de imagen e información se nos hace necesario.

Para ello, el presente artículo sugiere la siguiente hipótesis: si queremos comprender el rol político de la mirada en el marco de la economía de la atención, las nociones de imagen e información deben ser pensadas no desde la perspectiva de la significación, sino desde una perspectiva asignificante que se concentre en su carácter performativo. Tanto en el caso de la imagen como en caso de la información se trata de realizar un giro desde la pregunta acerca del significado hacia la pregunta acerca de su performatividad (su eficacia al interior de un proceso técnico). En términos más específicos, propongo una doble operación conceptual: 1) pensar la categoría de imagen a partir del desplazamiento de la categoría de semiótica asignificante de Félix Guattari hacia el campo visual; 2) utilizar el concepto de información de Gilbert Simondon para pensar el rol de la imagen al interior de las nuevas máquinas de visión introducidas por la economía de la atención.

3. La imagen asignificante

En un ensayo titulado “Sentido y poder” de 1976, Félix Guattari postula que la reproducción de las relaciones de poder en el capitalismo contemporáneo opera necesariamente a través de la integración de elementos significantes y de elementos asignificantes (1984: 171).¹¹ La semiótica tradicional se ha limitado al análisis de los fenómenos de sentido, significación y representación, es decir, de aquello que significa algo para alguien (Genosko 2016: 1). Elementos como las señales eléctricas y los códigos binarios, por ejemplo, han sido excluidos de la semiótica tradicional dado que pueden ser computados cuantitativamente, con total indiferencia respecto de su

¹¹ Para Félix Guattari no es posible separar los procesos de significación de las relaciones de poder que los constituyen (1984: 166). Así, el capitalismo se levanta sobre un flujo de signos desterritorializados (dinero, índices económicos, planillas contables, etc.) producidos por “máquinas asignificantes” y que resisten ser interpretados desde el punto de vista de la significación (Guattari, 1984: 171). Al mismo tiempo, el capitalismo utiliza mecanismos de significación para asignar roles a cada individuo y con ello personificar las relaciones abstractas (asignificantes) de poder (Guattari, 1984: 171). Es por esto que el análisis del capitalismo requiere de una metodología híbrida que explore tanto la esfera significante como la asignificante.

contenido particular (Eco, 1976: 20).¹² El concepto de semiótica asignificante introducido por Guattari (1984; 2011) representa uno de los pocos esfuerzos por explorar cómo elementos no-representacionales tales como las señales eléctricas y los códigos binarios devienen mecanismos concretos de poder que aseguran la reproducción de las relaciones sociales en el capitalismo contemporáneo.

Con la reciente publicación de los libros *Signs and Machines* (Lazzarato, 2014) y *Critical Semiotics* (Genosko, 2016), la noción de semiótica asignificante ha vuelto a adquirir notoriedad. Este renovado interés responde en gran medida a la aparición y consolidación de la economía de la atención y de las nuevas formas de poder que este fenómeno implica. Se trata de un nuevo contexto social en el cual la categoría tradicional de ideología como marco normativo es reemplazada por nuevos mecanismos de poder fundados en tecnologías de la información muy cercanos a aquello que Gilles Deleuze (1995) denominó “sociedades de control”. En este nuevo contexto, la noción de semiótica asignificante introducida por Félix Guattari se nos presenta como un aparato conceptual de gran importancia para explicar el rol de las nuevas tecnologías en la reproducción de las relaciones de poder.

De particular valor para pensar el estatuto de la imagen en este nuevo contexto resulta la hipótesis de Maurizio Lazzarato (2014) quien vincula las nociones de semiótica significativa y semiótica asignificante con los dos polos del poder capitalista definidos por Gilles Deleuze y Félix Guattari en su libro *Mil Mesetas* (2002): “sujeción social” y “esclavitud maquínica”. Según estos autores, la reproducción de la sociedad capitalista opera a través de la articulación de dos polos de poder: una esclavitud maquínica que concibe todo contenido particular como el engranaje de una gran máquina social cuya única función es la producción de una plusvalía abstracta; y una sujeción social que reterritorializa los flujos abstractos a través de una subjetividad individual que privatiza tanto la fuerza productiva que sostiene la producción como el deseo que moviliza el consumo (Deleuze y Guattari, 2002: 461).¹³

¹² A diferencia de la semiótica, la teoría matemática de la información (Shannon 1948) comprende la comunicación humana desde una perspectiva indiferente al contenido de un mensaje. Para Shannon (1948), la información puede ser reducida al cálculo probabilístico que surge de la traducción de todo símbolo a un código binario. Según Gary Genosko (2014: 13), la teoría matemática de la comunicación constituye el referente primero para el concepto de semiótica asignificante de Félix Guattari. De modo similar, Vilem Flusser utiliza el concepto de información de Shannon para definir la singularidad de una imagen técnica (2015: 42).

¹³ Deleuze y Guattari (2002: 461-62) escriben: “Nosotros distinguimos como dos conceptos, la esclavitud maquínica y la sujeción social. Hay esclavitud cuando los hombres son piezas constituyentes de una máquina, que componen entre sí y con otras cosas (animales, herramientas), bajo el control y la dirección de una unidad superior. Y hay sujeción cuando la unidad superior constituye al hombre como un sujeto que remite a un objeto que ha devenido exterior, tanto

Mientras la esclavitud maquínica opera en una dimensión abstracta, desterritorializada y no-representacional, la sujeción social reintroduce a través de la representación una red significativa que personifica e individualiza a cada sujeto (Lazzarato, 2014: 24). A pesar de su carácter heterogéneo, la dimensión pre-individual y molecular de la esclavitud maquínica y la dimensión individual y molar de la sujeción social aparecen como dos polos complementarios que se requieren mutuamente para la reproducción del régimen social capitalista (Deleuze y Guattari, 2002: 463).¹⁴ Como propone Félix Guattari, la sujeción social “compromete personas globales, representaciones subjetivas cómodamente manipulables” (1989: 79). Esto quiere decir que la sujeción social le asigna a cada sujeto una individualidad, una identidad, un género, una profesión, una nacionalidad, etc., y con ello produce y distribuye funciones y roles que personifican la estratificación social capitalista (Lazzarato, 2014: 24). La esclavitud maquínica, por el contrario, no opera a través del individuo. La esclavitud maquínica opera al nivel de códigos desterritorializados y señales no-representacionales en el cual todo contenido singular es reemplazado por un valor abstracto. Esto significa que cada uno de nosotros constituye simultáneamente: a) un engranaje en una gran máquina social cuyo único fin es la reproducción de una plusvalía abstracta y que se mantiene indiferente respecto a todo contenido singular y a toda dimensión significativa (esclavitud maquínica); y b) un sujeto individualizado por el lenguaje y la representación, personificando de este modo una función de la máquina abstracta capitalista (sujeción social).

La originalidad de la tesis de Lazzarato consiste en identificar un vínculo entre las categorías propuestas por Guattari y los dos polos de poder capitalista recién mencionados. De este modo, Lazzarato sostiene que la sujeción social estaría determinada por una semiótica significativa, mientras que la esclavitud maquínica operaría al nivel de una semiótica asignificante (2014: 39). Esto quiere decir que la sujeción social movilizaría un régimen significativo de representaciones destinados a la

si ese objeto es un animal, una herramienta, o incluso una máquina: en ese caso el hombre ya no es una componente de la máquina, sino obrero, usuario... , está sujeto a la máquina, y ya no esclavizado por la máquina”.

¹⁴ Según Brian Massumi, la relación entre ambos polos no es una relación armoniosa sino más bien una permanente lucha, un “combate cuerpo a cuerpo entre energías heterogéneas” (1992: 13). Esclavitud maquínica y sujeción social son dos tendencias opuestas que entran permanentemente en conflicto. Esto se debe a que la esclavitud maquínica tiende a la expansión infinita de la máquina abstracta capitalista a través de la desterritorialización de todo código social en vistas a la producción de plusvalía. Con ello, la esclavitud maquínica socava con total irreverencia los mecanismos de reterritorialización que la máquina social debe permanentemente implementar en vistas a perpetuar las relaciones de poder existentes. Esta lucha infranqueable entre estos dos polos heterogéneos determina que el límite del capitalismo sea “el propio capital”, y que su sobrevivencia dependa de su capacidad para “reproducir sus límites inmanentes a una escala siempre ampliada, siempre más abarcante” (Deleuze y Guattari, 2004: 247).

constitución de un individuo, mientras que la esclavitud maquínica operaría a través de un régimen asignificante de datos (índices económicos, ecuaciones matemáticas, códigos computacionales, etc.) que no requiere de representaciones ni de sujetos (Lazzarato, 2014: 39). Si aceptamos la hipótesis de Lazzarato, es posible sostener que la semiótica tradicional sólo sirve para explicar el régimen de significación que define a la sujeción social, limitándose a la dimensión representacional en la cual los códigos desterritorializados por la máquina abstracta capitalista son reterritorializados en la forma de sujetos individuales que personifican las funciones de dominación de dicha máquina. Por el contrario, el análisis de un fenómeno tal como la economía de la atención requiere de una metodología “híbrida” capaz de comprender cómo elementos significantes y asignificantes se integran para producir plusvalía así como reproducir las relaciones capitalistas de poder (Lazzarato, 2014: 95).

Lo que sugiero es desplazar el concepto de semiótica asignificante propuesto por Guattari hacia el campo de la imagen y definir de este modo la noción de imagen asignificante como un aparato conceptual capaz de dar cuenta de la dimensión maquínica que define a la imagen y a la mirada en el capitalismo contemporáneo. El objetivo es ofrecer un nuevo marco teórico para comprender la relación entre imagen y poder al interior de la economía de la atención. Como hemos mencionado, tradicionalmente la imagen ha sido comprendida como un mecanismo de reproducción de relaciones de poder desde el punto de vista de la significación. Desde esta perspectiva, la imagen queda reducida al campo de la representación y por ello no juega ningún papel en los aparatos de esclavitud maquínica. Sin embargo, podemos preguntarnos ¿Qué sucede con la categoría de imagen en el contexto de la economía de la atención donde el régimen disciplinar es reemplazado por un régimen de control y esclavitud maquínica?, ¿Cómo podemos pensar el estatuto de la imagen cuando ésta comienza a operar al interior de procesos algorítmicos que no significan sino que funcionan? ¿Cómo pensar la relación entre imagen y poder en este nuevo régimen económico y político en el cual la atención humana deviene territorio de explotación y mecanismo de poder post-disciplinar? La noción de imagen asignificante que aquí propongo constituye un primer paso para reflexionar sobre el rol de la imagen en la reproducción del capitalismo contemporáneo. Para avanzar en la definición de este concepto, sugiero tres modelos.

El primer modelo lo encontramos en el concepto de “imagen operativa” introducido por el cineasta y artista de video Harun Farocki (2015). Para Farocki, una imagen operativa es un tipo particular de imagen que no representa un objeto para su contemplación sino que forma parte activa de una operación técnica (2015: 153). Gran

parte del trabajo filmográfico de Farocki explora las relaciones de poder que determinan la función social de las imágenes operativas. Siguiendo el ejemplo de Farocki podemos decir que la definición de la categoría de imagen asignificante debe considerar las condiciones económicas, políticas y técnicas dentro de las cuales surge (por ejemplo, la economía de la atención) y así desplazar la pregunta desde el significado hacia la performatividad de la imagen.

El segundo modelo lo encontramos en el propio análisis de Deleuze y Guattari respecto a los dos polos del poder contemporáneo: sujeción social y esclavitud maquínica. En *Mil Mesetas*, Deleuze y Guattari ilustran la necesidad de una metodología híbrida (capaz de analizar las dimensiones signifiante y asignifiante del capitalismo contemporáneo) a través del ejemplo de la televisión. Deleuze y Guattari escriben:

se está sujeto a la televisión en tanto que se la utiliza y la consume, en esa situación tan particular de un sujeto de enunciado que se toma más o menos por sujeto de enunciación ('ustedes, queridos telespectadores, que hacen la televisión...'); la máquina técnica es el medio entre dos sujetos. Pero se está esclavizado por la televisión como máquina humana en la medida en que los telespectadores son, ya no consumidores o usuarios, ni siquiera sujetos capaces de 'fabricarla', sino piezas componentes intrínsecas, 'entradas' y 'salidas', feedback o recurrencias, que pertenecen a la máquina y ya no a la manera de producirla o utilizarla. En la esclavitud maquínica sólo hay transformaciones o intercambios de informaciones, de los que unos son mecánicos y otros humanos (2002: 463).

Con este ejemplo de la televisión, Deleuze y Guattari anticipan una teoría crítica de la economía de la atención. Asimismo, anticipan la importancia del concepto de imagen asignificante para una comprensión de los mecanismos contemporáneos de esclavitud maquínica posibilitados por la gradual automatización de la mirada.

Por último, el tercer modelo para pensar la categoría de imagen asignificante lo ofrece Vilem Flusser con su concepto de imagen técnica. Para Flusser (1990), una imagen técnica es una imagen realizada por un aparato (fotografía, cine, video, imagen digital, etc.). La diferencia con la imagen tradicional es que en la imagen técnica la producción de una imagen ya no depende de la facultad de la imaginación de su productor sino de la "imaginación maquínica" del aparato, aquello que Flusser llama la "caja negra" detrás de toda imagen técnica (1990: 19). Este divorcio radical entre la

producción de una imagen y su productor exige repensar la categoría de imaginación desde donde ha sido tradicionalmente pensado el concepto de imagen.

En el sistema filosófico kantiano, la imaginación ocupa un lugar central: es aquella facultad que permite relacionar entre sí las dos fuentes del conocimiento humano, sensibilidad y entendimiento (Kant, 2003: 245). De este modo, la imaginación aparece como la facultad transcendental que permite que una multiplicidad dada a la sensibilidad sea unificada bajo un concepto del entendimiento. Según Adorno y Horkheimer (1998), la industria cultural se caracteriza por una exteriorización industrial (y por ende una reificación) de la facultad de la imaginación. Si la tarea de la imaginación es “referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales”, entonces la homogeneización tanto del proceso productivo como del consumo en masa habría transformado a la facultad de la imaginación en un “servicio al cliente” (Adorno y Horkheimer, 1998: 169). En la industria cultural el consumidor descubre que “no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción” (Adorno y Horkheimer, 1998: 170). Esto genera una “atrofia de la imaginación”, es decir, una atrofia de aquella facultad del sujeto que le permitía conectar imágenes entre sí en vistas a organizar la multiplicidad dada a la percepción (Adorno y Horkheimer, 1998: 171). En palabras de Bernard Stiegler, “la imaginación unificadora sería en cierto modo dejada de lado, eliminada por la industrialización de la cultura que literalmente embrutece a sus clientes-sujetos y que aliena de la forma más radicalmente posible al libre sujeto de la razón” (2004: 59).

Con la emergencia de una visión maquínica en la actual economía de la atención, el trabajo de síntesis de elementos heterogéneos ya no descansa en la facultad de la imaginación sino que es realizado por procesos algorítmicos. Tal como la facultad de la imaginación sostiene la producción de imágenes pre-técnicas, de igual modo sería posible sostener que la producción de imágenes asignificantes se sostiene sobre una imaginación “maquínica” e “asignificante”. Más aún, la noción de imagen técnica exige repensar la categoría misma de información. Según Flusser, la imagen técnica ya no puede ser analizada desde la perspectiva de lo verdadero o lo falso (la adecuación entre lo representado y lo real). Se trata, en cambio, de una reflexión acerca del carácter informativo de la imagen, es decir, del análisis del carácter probable o improbable de lo capturado por la imaginación maquínica del aparato.

4. El concepto de información

Siguiendo la hipótesis de Flusser es posible sostener que la economía de la atención exige redefinir la noción de información. Si aceptamos que en este nuevo estadio del capitalismo la imagen se convierte en un dispositivo que genera información en vistas a la producción de plusvalía y a la reproducción de determinadas relaciones de poder (Celis, 2016), entonces se requiere una definición no-representacional no sólo del concepto de imagen sino también de la categoría de información. La teoría matemática de la comunicación de Claude Shannon (1948) ofrece el punto de partida para una teoría no-representacional de la información. A partir de un análisis de los sistemas telefónicos Shannon propuso que la cantidad de información de un mensaje está determinada por la cantidad de elementos no-redundantes, es decir, elementos poco probables que lo componen. Desde esta perspectiva, la cantidad de información no es en ningún sentido pensada en términos del contenido del mensaje, sino a partir del cálculo estadístico de elementos improbables que resisten a la entropía (la tendencia hacia la redundancia). Siguiendo a Shannon, Vilem Flusser ha utilizado la teoría matemática de la comunicación para definir el concepto de información producido por la imagen técnica (2015: 42). Para Flusser, una imagen técnica es una imagen producida por un aparato y no por la agencia de una mano y una imaginación humanas. Estas imágenes no comunican un mensaje, sino que reflejan el efecto de una determinada operación técnica (la reacción de las partículas de plata ante la luz, por ejemplo). Las imágenes técnicas, por ende, son informativas en la medida en que producen una combinación de partículas poco probable estadísticamente (no-redundantes).

Ahora bien, para los fines del presente artículo será el trabajo de Gilbert Simondon (2014; 2016) el cual provea el marco principal para redefinir una categoría no-representacional de información capaz de explicar el estatuto asignificante de la imagen en la economía de la atención. Para Simondon, la información “no es una cosa, sino la operación de una cosa que llega a un sistema y que produce allí una transformación” (2016: 139). La información, agrega Simondon, “no puede definirse más allá de este acto de incidencia transformadora y de la operación de recepción” (2016: 139). Ahora bien, la función de información es la modificación de una realidad local (un cambio de estado) a partir de una señal incidente (Simondon, 2016: 140). Asimismo, un receptor de información es virtualmente “toda realidad que no posee enteramente por sí misma la determinación del curso de su devenir” (Simondon, 2016: 140). En el caso de la economía de la atención, la información es utilizada para modificar una realidad local (sea ésta la aceleración de la producción de mercancías o la realización de su plusvalía en el mercado). A su vez, dicha realidad funciona como

un sistema meta-estable, es decir, se encuentra en aparente equilibrio pero es susceptible a la información exterior que gatilla en ella modificaciones reales.

Más aún, el concepto de información de Simondon puede ser utilizado para iluminar el concepto de imagen asignificante que opera al interior de la economía de la atención y que hemos revisado más arriba. Hemos mencionado que una imagen asignificante no debe ser interpretada desde el punto de vista de la significación sino de su función. Al igual que la categoría de información propuesta por Simondon, la imagen asignificante no debe ser pensada como una cosa (una entidad), sino a partir de la función que dicha imagen ejecuta al interior de un determinado sistema (su performatividad). Como hemos dicho, la imagen asignificante no significa, funciona. Desde esta perspectiva, podríamos sostener que la función de la imagen al interior de la economía de la atención es servir de vehículo de información: la economía de la atención automatiza el consumo de imágenes, transformando la mirada en una determinada fuente de información que gatilla la modificación de un determinado sistema meta-estable. Con ello acelera la producción y realización de plusvalía y perfecciona los mecanismos de esclavitud maquínica que caracterizan a las sociedades de control. La comprensión de la economía de la atención requiere de un análisis asignificante tanto de la categoría de imagen como de la categoría de información. Solo de este modo podemos avanzar en una mejor comprensión de los mecanismos de reproducción propios del capitalismo contemporáneo.

5. Conclusión

A modo de conclusión simplemente revisemos lo expuesto hasta aquí. Se ha sugerido, en primer lugar, que habitamos un nuevo estadio de producción capitalista al cual podemos definir con el concepto de economía de la atención. En este contexto, la atención humana es transformada en fuente de información que es utilizada para acelerar la producción de plusvalía económica y para perfeccionar los mecanismos de esclavitud maquínica propios de la sociedad de control. En segundo lugar, se ha planteado que para comprender la relación entre imagen y poder al interior de la economía de la atención es necesario redefinir la categoría misma de imagen. Para ello se ha sugerido un desplazamiento del concepto de semiótica asignificante hacia el territorio de la imagen para pensar su estatuto más allá de la dimensión significante. El objetivo principal es comprender la imagen desde la pregunta acerca de su performatividad (y no acerca de su significado). Por último, se ha sugerido que la

economía de la atención exige repensar el concepto de información. Para ello se ha utilizado principalmente la noción de información propuesta por Gilbert Simondon. Al igual que con la categoría de imagen asignificante, se trata de pensar la información no desde una perspectiva “contenidista” sino desde la perspectiva de su funcionamiento al interior de un sistema meta-estable. Con todo lo anterior se han intentado bosquejar los primeros pasos para avanzar en la comprensión de la compleja relación entre visualidad y poder que define al capitalismo contemporáneo.

Referencias.

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Beller, J. (2006). *The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle*. New Hampshire: University Press of New England.
- Celis, C. (2016). *The Attention Economy: Labour, Time, and Power in Cognitive Capitalism*. London: Rowman & Littlefield.
- Crary, J. (1991). *Techniques of the Observer: on vision and modernity in the nineteenth century*. Cambridge: MIT Press.
- Crary, J. (2001). *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle, and Modern Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Santiago: Naufragio.
- Deleuze, G. (1995). *Negotiations 1972-1990*. New York: Columbia University Press.
- Deleuze, G; y Guattari, F. (2002). *Mil Mesetas: Capitalismo y Esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos.
- Deleuze, G., y Guattari, F. (2004). *Anti-Oedipus: Capitalism & Schizophrenia*. New York, London: Continuum.
- Farocki, H. (2015). *Desconfiar de las imágenes*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. México: Editorial Trillas.

- Flusser, V. (2015). *El universo de las imágenes técnicas: Elogio de la superficialidad*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Flusser, V. (2016). *Vilem Flusser y la cultura de la imagen: Textos escogidos*. Valdivia: Ediciones UACH.
- Foucault, M. (1995). *Discipline & Punish: The Birth of the Prison*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. New York, London: Routledge.
- Fuchs, C., y Seignani, C. (2013). "What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media?", *Triple C: Communication, capitalism & critique*, 11 (2), 237-293.
- Gandy, O. (1993). *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*. Boulder, CO: Westview Press.
- Genosko, G. (2008). "A-signifying Semiotics", *The Public Journal of Semiotics*, 2 (1), 11-21.
- Genosko, G. (2014). "Information and asignification", *FOOTPRINT*, 8 (1), 13-28.
- Genosko, G. (2016). *Critical Semiotics: Theory, From Information to Affect*. London, New York: Bloomsbury
- Guattari, F. (1984). *Molecular Revolution: Psychiatry and Politics*. New York: Penguin.
- Guattari, F. (1989). *Cartografías del deseo*. Santiago: Francisco Zegers Editor.
- Guattari, F. (2009). "Capital as the Integral of Power Formations", *Soft Subversions* (editado por S. Lotringer), 244-265. Los Angeles, CA: Semiotext(e).
- Haggerty, K. (2006). "Tear down the walls: on demolishing the panopticon", en *Theorizing Surveillance: The Panopticon and beyond*, editado por D. Lyon. Devon: William Publishing.
- Haggerty, K., y Ericson, R. (2000). "The surveillant assemblage", *British Journal of Sociology*, 51 (4), 605-622.

- Lazzarato, M. (2014). *Signs and Machines: Capitalism and the production of subjectivity*. California: Semiotext(e).
- Lyon, D. (2004). *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Massumi, B. (1992). *A User's Guide to Capitalism and Schizophrenia: Deviations from Deleuze and Guattari*. Cambridge (MA): The MIT Press.
- McLuhan, M. (2009) *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Pasquinelli, M. (2015). "Italian Operaismo and the Information Machine", *Theory, Culture & Society*, 32 (3), 49-68.
- Poster, M. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity Press.
- Shannon, C. (1948) "A Mathematical Theory of Communication", *Bell System Technical Journal*, 27, 379-423.
- Simon, H. A. (1969). *Designing organizations for an information-rich world*.
- Simondon, G. (2007). *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Simondon, G. (2014). *La individuación a la luz de las nociones de forma y de información*. Buenos Aires: Editorial Cactus.
- Simondon, G. (2016). *Comunicación e Información*. Buenos Aires: Editorial Cactus.
- Stiegler, B. (2004). *La técnica y el tiempo 3: El tiempo del cine y la cuestión del malestar*. Hiru.
- Terranova, T. (2004). *Network culture: politics for the information age*. London: Pluto Press.
- Terranova, T. (2012). "Attention, Economy, and the Brain", *Culture Machine*, 13.
- Virilio, Paul. (1994). *The Vision Machine*. Indianapolis: Indiana University Press.

Las redes sociales como espacio de construcción identitari

Franco Frenquelli¹⁵

Recibido: 15/08/2017; Aceptado: 07/09/2017

Resumen

El lugar central que tienen hoy las redes sociales en tanto vía cotidiana de comunicación amerita pensar en cómo el yo se representa e interactúa con el otro bajo las reglas que impone la arquitectura de la plataforma digital. Es en estos espacios donde el sujeto se desenvuelve y produce sentido, ante la deformación que continúan sufriendo las instituciones modernas, en retirada. Para entender el fenómeno en su complejidad es fundamental conocer los elementos que componen un perfil, en tanto representación del usuario, sin dejar de lado las implicancias de la Comunicación Mediada por Computadoras. A partir de dichas conceptualizaciones es que se puede abordar las características del diseño de las redes sociales, teniendo siempre en cuenta qué lugar tiene la lógica del mercado y cómo se traduce las en prácticas y espacios virtuales donde el sujeto reconoce a sus pares y a sí mismo, en su proceso de construcción identitaria en contacto con el mundo de hoy. Entendiendo la trascendencia de la cuestión, la visión profunda y crítica implica pensar a la tecnología necesariamente como un escenario de lucha.

Palabras clave: Técnica, Comunicación mediada por computadoras, Redes sociales, Identidad, Mercado.

Abstract

The central place that social networks today have as a daily communication channel merits to think about how the ego is represented and interacts with the other under the rules imposed by the architecture of the digital platform. It's in these spaces that the subject develops himself and makes sense, in a context of deformation that modern institutions, in retreat, are suffering.

To understand this phenomenon in its complexity, is essential to know the elements that make up a profile, as a representation of the user, without leaving aside the implications of Computer-mediated Communication. From these conceptualizations is that we can approach the characteristics of the design

¹⁵ Estudiante de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires (UBA), tesista de investigación en temática de subjetividad y redes sociales.
Email: frenque29@hotmail.com

Las redes sociales como espacio de construcción identitaria.

of social networks, always taking care about the place of market's logic and how it's translated into practices and virtual spaces where the subject recognizes his peers and himself, In its process of identity's construction, in contact with world's present. Understanding the importance of the issue, the deep and critical view involves thinking technology necessarily as a stage of struggle.

Key words: Technique, Communication mediated by computers, Social networks, Identity, Market.

Resumo

O lugar central que as redes sociais têm hoje como um meio de comunicação diário requer pensar sobre como o "eu" é representado e interage com o outro sob as regras impostas pela arquitetura da plataforma digital. É nesses espaços onde o sujeito se desenvolve e produz sentido, em um contexto de distorção das instituições modernas, em recuo. Para entender o fenômeno em sua complexidade, é essencial conhecer os elementos que compõem um perfil, como uma representação do usuário, sem negligenciar as implicações da Comunicação Mediada por Computadores. A partir dessas conceituações é que você pode abordar as características do design das redes sociais, sempre levando em conta que lugar tem a lógica do mercado e como se traduz em práticas e espaços virtuais onde o sujeito reconhece seus pares e a si mesmo, em seu processo de construção identitária em contato com o mundo de hoje. Entendendo a importância da questão, uma visão profunda e crítica pressupõe conceber a tecnologia como um estágio de luta.

Palavras-chave: Técnica, Comunicação mediada por computadores, Redes sociais, Identidade, Mercado

1. Introducción: el lugar de los afectos y las redes sociales en la identidad

El estudio de las Ciencias Sociales se enfrenta hoy a un escenario con fuertes cambios en lo que respecta a la organización de las sociedades, tanto práctica como ideológicamente hablando. El rol cada vez más central que tiene la informática en los modos de producción ha trastocado las nociones clásicas acerca de cómo trabajamos, así como también la forma en que nos relacionamos con nuestros pares, a partir de la penetración de nuevas formas de comunicarnos. Es por eso que se requiere de una capacidad de análisis libre de dogmas que pueda hacer pie en un terreno inestable y oscilante. Todos los días, millones de ciudadanos en todo el mundo dedican buena parte de su jornada a interactuar por medio de redes sociales con sus pares, intercambiando mensajes, fotos o vídeos. Desde el lugar que ya ocupan en la vida diaria, estos espacios digitales son entendibles como fuentes de sentido para los

sujetos, por lo tanto espacios de conformación identitaria. Pero como podemos percibir, dichos espacios no funcionan de la misma manera que el cara a cara.

Será fundamental entonces, entender cómo se representa el sujeto, qué herramientas tiene a disposición para decir quién es, de qué manera convive con la realidad objetiva por fuera de la subjetiva digital, cómo se accede al otro, y además, cómo están contruidos estos espacios de encuentro, bajo qué reglas y manejados con qué criterios.

Un entendimiento de mayor profundidad de los vínculos 2.0 requiere inevitablemente situar a las plataformas digitales en su contexto de producción capitalista, con las particularidades que tiene en este siglo, de manera que será importante distinguir cómo obtienen ganancia y qué costo tiene para el sujeto.

Comprender la importancia que tienen las redes sociales en nuestra cotidianidad es fundamental para entender qué fuerzas operan sobre nuestros vínculos, y principalmente, sobre las fuentes de sentido bajo las cuales percibimos el mundo.

2. La construcción identitaria en el marco 2.0

La problemática de la identidad en la era de la información y la comunicación digital es una realidad visible y en constante cambio. Los desarrollos tecnológicos y las nuevas formas de interacción tienen como correlato nuevas modalidades de circulación de significaciones entre los sujetos, que inherentemente generan consecuencias en la forma que los mismos se reconocen entre sí, e incluso a sí mismos. En este sentido, las palabras de Manuel Castells permiten un acercamiento a la complejidad y variedad de aristas que presenta el fenómeno:

(...)la identidad se está convirtiendo en la principal, y a veces única, fuente de significado en un periodo histórico caracterizado por una amplia desestructuración de las organizaciones, deslegitimación de las instituciones, desaparición de los principales movimientos sociales y expresiones culturales efímeras. Es cada vez más habitual que la gente no organice su significado en torno a lo que hace, sino por lo que es o cree ser. Mientras que, por otra parte, las redes globales de intercambios instrumentales conectan o desconectan de forma selectiva individuos, grupos, regiones o incluso países según su importancia para cumplir las metas procesadas en la red, en una comente

incesante de decisiones estratégicas. De ello se sigue una división fundamental entre el instrumentalismo abstracto y universal, y las identidades particularistas de raíces históricas. Nuestras sociedades se estructuran cada vez más en torno a una posición bipolar entre la red y el yo (Castells; 1997).

Desglosando un poco la síntesis del autor, podemos distinguir un proceso histórico de retirada de las grandes instituciones estructurantes de los sujetos, que aparecen “deslegitimadas”, a la vez que desaparecen los grandes movimientos sociales. Se vislumbra una época donde los individuos ya no se reconocen como parte de colectivos amplios y multitudinarios, sino cada vez más personalizados y fragmentados.

Aparece, asimismo, en el análisis de Castells, la cuestión de los deseos y aspiraciones de los sujetos, como eje estructurante de sus significaciones, siempre sensible como el punto donde confluyen la psiquis y la cultura como elementos estructurantes del sujeto.

Una Cultura que, en tanto cristalización de la dinámica del momento histórico de las grandes instituciones, es decir, fragmentada en millones de culturas, está marcada por las posibilidades y las limitaciones que plantean las nuevas vías de comunicación, las nuevas formas de circulación de sentidos entre sujetos interactuantes.

La tensión bipolar entre la red y el yo exhibe el ámbito en el cual los sujetos se piensan y reconocen a sí mismos, por medio de significados proporcionados por la propia cultura, que no escapan a la era de la información y los avances técnicos, por lo cual son dichos sentidos los que ya no circulan solo desde la televisión, la radio, la escuela o la iglesia, sino por medio de un boca en boca masivo y caótico, proporcionado por las redes sociales, que permiten la posibilidad de que cada persona construya su mensaje.

Es en este contexto que los sujetos viven los procesos de identificación, en los que es innegable el lugar que están ocupando Facebook, Twitter, e Instagram, entre otras plataformas que vinculan a las personas entre sí. Claro que por dichos canales no solo pasan textos, imágenes o videos; detrás de los mismos pueden verse los deseos, aspiraciones y emociones de cada usuario. En este sentido, las palabras de Hardt y Negri sirven para profundizar la cuestión:

(...)El modelo de la computadora puede dar cuenta de sólo una cara del trabajo comunicacional e inmaterial implicado en la producción de servicios. La otra cara del trabajo inmaterial es el trabajo afectivo de la interacción y el contacto

humano. Los servicios de salud, por ejemplo, descansan centralmente sobre el trabajo afectivo y de cuidado, y la industria del entretenimiento está también enfocada en la creación y manipulación del afecto. Este trabajo es inmaterial, aún cuando sea corporal y afectivo, en cuanto que su producto es intangible, un sentimiento de comodidad, bienestar, satisfacción, excitación o pasión.(...)Esa producción, intercambio y comunicación afectiva se asocia generalmente con el contacto humano, pero dicho contacto puede ser real o virtual, como en la industria del entretenimiento. Este segundo aspecto del trabajo inmaterial, su cara afectiva, se extiende mucho más allá del modelo de comunicación e inteligencia definido por la computadora.(...) Lo que produce el trabajo afectivo son redes sociales, formas de comunidad, biopoder. (Hardt y Negri; 1999)

La dimensión inmaterial del trabajo a la que refieren los autores nos da pie a reflexionar sobre ese valor agregado intangible que generan las plataformas digitales de las que hablamos. El rol de nexo que cumplen en las relaciones humanas contemporáneas es un servicio que produce lo que Hardt y Negri llaman “trabajo afectivo”, al fin y al cabo generado por los propios usuarios que dotan de contenido a la herramienta 2.0. Esta faceta de los textos y archivos multimedia que se intercambian es la que permite observar cómo detrás de los mismos hay una provocación de sentimientos que va más allá de la mera emisión y recepción de un mensaje. Es fundamental, en esta línea, entender que tales características de la comunicación tienen una fuerte injerencia en las relaciones entre sujetos y el sentido que le dan a las mismas.

En este sentido, Hardt y Negri entienden al biopoder como:

forma de poder que rige y reglamenta la vida social por dentro, persiguiéndola, interpretándola, asimilándola y reformulándola. El poder no puede obtener un dominio efectivo sobre la vida entera de la población más que convirtiéndose en una función integrante y vital que todo individuo adopta y aviva de manera totalmente voluntaria (Hardt y Negri; 2009).

Es este vínculo que trazan entre la circulación de afectos y el poder que se introduce en la propia vida de los sujetos lo que nos devuelve a la reflexión sobre la problemática de la identidad en estos tiempos, pensándola como espacio donde el biopoder trabaja a partir de los sentimientos, los significados, afectos e intenciones que subyacen bajo gigas de contenidos que intercambiamos con nuestros pares. Es la dimensión afectiva de la comunicación la que en tiempos de era de la información, de bombardeo constante de mensajes y sentidos, caracteriza la formación de identidades y, en definitiva, la construcción de las subjetividades, que no escapan a la caída de las

grandes instituciones estructurantes y al surgimiento de nuevas formas de interacción y circulación de significaciones.

El cuadro de situación presentado y su constante cambio obligan a repensar conceptos fundamentales a la hora de dimensionar los fenómenos culturales y su injerencia en la vida de los sujetos. En este trabajo partiremos del concepto de Reificación para aproximarnos a la experiencia del uso de redes sociales, a partir de la reformulación que plantea Axel Honneth. En este sentido, sus desarrollos permiten reflexionar sobre cómo las prácticas dejan su huella en la subjetividad y definen los rasgos característicos de un nuevo tipo de vínculo, el de la mediación por perfiles como una nueva forma de comunicación estructurante de las identidades contemporáneas.

El trabajo de Honneth parte del concepto de “reificación” original de George Lukács, filósofo marxista húngaro, quien buscó ahondar en las consecuencias ideológicas del fenómeno analizado por Marx del “fetichismo de la mercancía”, por medio del cual se produce el ocultamiento de sus condiciones de producción, propias del sistema capitalista. La imposibilidad de ver la explotación y la cadena de plusvalor detrás de un producto, que “deslumbra” en su apariencia inmediata, tiene según Lukács un correlato en la subjetividad de las personas inmersas en la dinámica del mercado:

Se trata de un fenómeno social fundamental de la sociedad capitalista: la transformación de las relaciones humanas cualitativas en atributo cuantitativo de las cosas inertes, la manifestación del trabajo social empleado para producir ciertos bienes como valor, como cualidad objetiva de estos bienes; la reificación que se extiende en consecuencia progresivamente al conjunto de la vida psíquica de los hombres en la cual hace predominar lo abstracto y cuantitativo sobre lo concreto y lo cualitativo. (Lukács; 1969)

Así, el autor está definiendo una cosificación de las relaciones humanas inherente al capitalismo a partir de las consecuencias ideológicas de las condiciones de producción y reproducción del capital. La des implicación, la pasividad, o la conducta observadora que define el filósofo húngaro es discutida por Honneth, dado que no está claro cómo la dinámica del fetichismo de la mercancía se extiende a los vínculos humanos, por lo que busca profundizar la teoría desde los procesos subjetivos, centrándose en la Teoría del Reconocimiento. Desde el pensamiento acerca del vínculo entre el sujeto y el otro, plantea una reformulación del concepto de reificación desde la subjetividad y el valor de la afectividad.

De este modo, Honneth plantea otra forma de analizar las relaciones intersubjetivas, contemplable a la luz de las prácticas actuales y las nuevas formas de comunicación. Reconsiderarlo como un “olvido del reconocimiento previo” implica tener en cuenta al mundo de los afectos como elemento fundamental en las relaciones humanas, condición de posibilidad de un entendimiento entre pares, de una posterior objetivación, de poder colocarse “en el lugar del otro” (Honneth, 2012).

Esta idea de “desimplicación” señala en cierta forma un síntoma visible en las nuevas formas de comunicación contemporáneas. El vínculo entre dos personas o más por medio de una construcción simbólica como es el perfil, plantea un tipo de reificación ya instituido en la praxis cotidiana. Conocer a una persona por medio de la recopilación de datos objetivados que el otro realizó, como pueden ser foto, edad, lugar de nacimiento, estudios, trabajo, gustos y consumos, diagrama un tipo de sujeto cosificado, reducido a una serie de variables que reifican su existencia subjetiva. Este tipo de prácticas instituidas son factibles de alejar, ocultar o negar un reconocimiento primario, afectivo, dirigido hacia el otro.

Asimismo, Honneth señala otra faceta de la reificación que se da al interior del sujeto, y que tiene que ver con una dificultad de reconocer los afectos, sensaciones y deseos. Afirma el autor que “no percibimos nuestros estados mentales como simples objetos, ni los constituimos por medio de nuestras declaraciones, sino que los articulamos en conformidad con lo que nos es internamente familiar en cada caso”(Honneth, 2012). Esta familiaridad está marcada por el proceso de socialización y los sentidos instituidos acerca de la afectividad, desde el uso del lenguaje hasta las prácticas que movilizan determinadas emociones.

Bajo esta perspectiva se pueden identificar costumbres, rituales o usos institucionalizados que posibilitan la autoreificación de los sujetos. Honneth destaca a las de auto presentación de las personas: “todas las instituciones que de manera latente fuerzan al individuo solo a simular determinadas sensaciones o a fijarlas con carácter conclusivo, fomentan una disposición para cultivar actitudes auto-reificantes”(Honneth, 2012) y señala específicamente los chats de encuentros amorosos como práctica donde se evidencia el fenómeno. El autor está remarcando un déficit en el autoconocimiento de la propia subjetividad de explorar los sentimientos y articularlos; una especie de bloqueo del vínculo afectivo que no solo se da respecto de un otro, sino de uno mismo también.

La idea de una reificación en el vínculo entre personas puede entrar en una aparente contradicción con lo que planteábamos anteriormente a partir de la teoría de

Hardt y Negri, de la presencia de la afectividad en las formas de producción contemporáneas. “Esa producción, intercambio y comunicación afectiva se asocia generalmente con el contacto humano, pero dicho contacto puede ser real o virtual, como en la industria del entretenimiento”, describen los autores complejizando la idea del trabajo al incluir la noción del valor afectivo. Es necesario, entonces hacer una distinción en cuanto a la aplicación de estas ideas a las prácticas actuales: las redes sociales plantean una forma de comunicación, donde la afectividad juega un rol preponderante como atractivo para los usuarios, pero no es precisamente el espacio de donde, por lo general, surge dicho afecto. La explicación de Honneth, en este sentido, difícilmente sea aplicable a, por ejemplo, una charla entre madre e hijo por Facebook, puesto que hay un vínculo afectivo que trasciende a la propia red social, que en la teoría de Hardt y Negri permite el intercambio. Se puede entender mejor el planteo de reificación si se lo piensa, por ejemplo, en una discusión entre desconocidos vía Twitter, donde puede darse en un marco de la conversación global. En tal caso sí puede contemplarse la pérdida del primer reconocimiento afectivo del que habla el autor alemán, a partir de la comunicación mediada por un perfil.

3. El debate en torno a la CMC

La problemática acerca del lugar de la afectividad en las formas de comunicación contemporáneas, y particularmente en lo referido a redes sociales, nos lleva inevitablemente a repensar las diferencias entre la Comunicación Mediada por Computadoras (CMC) y el vínculo cara a cara: una tensión sobre la cual se desarrollan los vínculos intersubjetivos actuales, y por ende el desarrollo identitario de los sujetos. Son ellos quienes se reconocen a sí mismos en la interacción con la red, que hoy más que nunca está llena de sentido por los propios pares que generan los contenidos que circulan en las distintas plataformas. Entonces, la reflexión acerca de cómo se da la comunicación por medio de las vías 2 y 3.0 es central para entender cómo los hombres y mujeres se conectan con una de las fuentes de sentido centrales de la época.

Para comenzar a entender el fenómeno, partiremos del trabajo de Ignacio Perrone en *Comunicación mediada por computadoras ¿Pérdida o liberación?*, quien analiza la dicotomía entre las corrientes que valoran positivamente el lugar que ocupan las herramientas digitales en las nuevas vías de comunicación, en contraposición a sus detractores, con sus respectivas críticas. Para ello, retoma el análisis de Joan Mayans i Planells, quien destaca dos características principales de la CMC. En primer lugar, la interactividad,

que está dada por la participación del usuario y el carácter procesual (procedimientos y esquemas de funcionamiento que tiene la herramienta, configurando la forma en que se comunica). El autor distingue en este rasgo su carácter social:

Que la interactividad del medio sea social es importantísimo para su configuración y para la esencia de las relaciones y elaboraciones culturales que se producen en él. Lo que lleva la gente a los ‘chats’ no es que sean entornos tecnológicos interactivos, sino que sean entornos de interactividad social. La diferencia es esencial. (Mayans i Planells; 2002).

Además, es fundamental la idea en la que enfatiza Perrone, la construcción de una narración co-elaborada por los usuarios, que grafica la participación que tienen.

La otra característica que destaca el autor Mayans i Planells es la de la inmersión, fundamental para pensar a la vía de comunicación como un espacio con características propias, en tanto espacio virtual. Asimismo, refiere a su carácter “enciclopédico”, dada la cada vez mayor cantidad de posibilidades que ofrece, especialmente porque con CMC ya no solo nos referimos a los chats, sino a juegos, intercambio de videos, fotos y miles de formas más de interacción.

Nuevamente, tenemos que matizar que la inmersión, en ‘chats’ –y otros- es de tipo social. No es una experiencia de inmersión tecnológica ni de inmersión entre una cantidad enorme de información pura. Es social, a veces incluso multitudinaria. Es una experiencia de adentramiento entre otros personajes sociales, de creación y narración de una versión del ego propia del medio, adecuada a él, ilusoria en tanto que hecha de ilusiones, voluntades de ser, proyecciones más o menos ideales de los egos de los usuarios (Mayans i Planells; 2002).

Esta distinción que plantea el autor catalán nos devuelve a las reflexiones de Honneth en torno al rol que juegan las nuevas vías de comunicación digitales en la formación de la propia subjetividad: la construcción de un perfil implica necesariamente una auto-reflexión sobre uno mismo, donde se mezclan las aspiraciones, deseos y visión de uno mismo, ante la mirada del otro.

En su trabajo, Perrone describe dos posturas en torno a las CMCs, una de “perdida” frente a otra de “liberación”. La primera, metaforizada respecto de la idea de “ancho de banda”, parte de la idea de que la comunicación digital es más estrecha en cuanto a transferencia de información, comparando con el “cara a cara”. El autor resume, en este sentido, que “las relaciones mediadas por computadoras (RMC) siempre van a ser vacías, interpersonales, frías, distantes, siempre van a apuntar a los

aspectos que no son claves para la CMC”. Asimismo, retoma para describir las opiniones contra-CMC, la distinción que hace Goffman de información dada e información exudada:

La información dada es información que uno voluntariamente transmite, la exudada es involuntaria. Pues bien, para quienes se enrolan en la corriente que pone el acento en la pérdida, lo que se pierde es todo tipo de información exudada. Y esto hace que las CMC solo tenga sentido con fines utilitarios, para perseguir objetivos puntuales, para el trabajo en equipo de personas que están distantes físicamente, para opciones colaborativas de algún tipo, pero no para las cuestiones que se consideran más complejas, como negociar, o persuadir, o transmitir emociones, desarrollar emociones interpersonales más profundas. Para todo eso es mejor recurrir a las relaciones cara a cara. (Perrone; 2006)

En este sentido, se entiende que las posturas que consideran las CMCs como espacios de pérdida respecto de la riqueza del cara a cara centran su idea en los aspectos que plantea Goffman, de la desaparición de la información exudada que también comunica, y en un sentido más amplio, el reemplazo del cuerpo por una representación virtual de sí, que lo inhabilita en cierta forma a mostrar expresiones que muchas veces van en contra lo que sus palabras dicen, como a veces delata, por ejemplo, el sonrojamiento o los nervios.

El lenguaje de lo afectivo es del orden corporal, de su sentir, y este rasgo fundamental no está contemplado por las teorías que ven la “pérdida” como una simple limitación de “ancho de banda”, dado que es irreducible a la categoría de información. Tiene que ver con el biopoder del que hablaban Hardt y Negri, que se inscribe en el interior de los sujetos y los constituye. Como consecuencia del trabajo afectivo propio de los vínculos establecidos por las vías 2.0, perfectamente entendibles como CMCs, este biopoder generado desde el orden afectivo incide en la experiencia cotidiana de los individuos. Los registros que captan los sentidos exceden la noción de información en tanto *input*, percepción de un gesto o una expresión. Al constituir la propia subjetividad, dicho orden afectivo es lo que hace que todos los elementos percibibles por los sentidos sean registrados o no por la parte consciente del sujeto, de manera que la dinámica del cara a cara sigue siendo muy distinta perceptivamente hablando respecto de las CMCs, aún pensando en una videoconferencia, que quizás sea la forma más cercana. La interpretación de la “información exudada” responde a una afectividad que se construye al interior del sujeto por medio de la interacción con el mundo, las prácticas.

Claramente hay un idioma corporal que no puede ser completamente reemplazado en la CMC, más allá que de haya plataformas que lo hacen mejor que otras, pero lógicamente existen características que pueden ser leídas como aspectos positivos, que Perrone describe en torno a las teorías de CMC como de “liberación”. Por ejemplo, retoma una idea de Elizabeth Reid respecto del uso de *nicknames*, que puede ser pensado como un factor de desinhibición en la comunicación, dado que uno puede elegir en la plataforma su nombre, que no tiene por qué ser el mismo que uno lleva en su documento.

Otra característica de “liberación” que posee la CMC es lo que denominan “auto-presentación selectiva”, que refiere a la idea de poder moldear y manipular la apariencia de uno mismo a la hora de construir un perfil, es decir, por ejemplo, subir determinada foto, editada o no, o elegir qué datos se cuentan de uno y qué otros se ocultan. Asimismo, Perrone explica que hay en este acto una inherente idealización del otro, en cuanto a pensar qué es lo que ese otro prefiere ver de mí, por lo que terminó construyendo, en función de esa idea, una imagen idealizada de mí mismo. Esto permite que se desarrollen “más fáciles relaciones de mayor intimidad usando las CMC”, que también son descritas como “relaciones interpersonales más íntimas, más fuertes”, lo que lleva a los autores pro CMC a decir que esta es “incluso mejor que la relación cara a cara” (Perrone; 2006).

Queda así planteado el debate respecto a la idea de Honneth de autoreificación en las prácticas cotidianas de auto-presentación, y específicamente en cuanto a las construcción de un perfil propio en una red social. “No percibimos nuestros estados mentales como simples objetos, ni los constituimos por medio de nuestras declaraciones, sino que los articulamos en conformidad con lo que nos es internamente familiar en cada caso”(Honneth, 2012), recordamos, y en este sentido la idea de auto-presentación selectiva no escapa del fenómeno que presenta el autor alemán. El armado de un perfil bajo la lógica de determinado objetivo al que apunta una plataforma (como en el caso de los chats de encuentros amorosos) o buscando una reacción específica por parte del otro lleva, en el marco de la sociedad contemporánea, a una posible interpretación fallida del deseo propio, que el sujeto percibe, como expresa la frase citada de Honneth, según lo familiar, el marco cultural que nos provee el proceso de socialización.

Es así como los avances tecnológicos en materia de comunicación plantean una ambivalencia que no permite hablar claramente de progresos o retrocesos: lo que puede ser una liberación del sujeto a la hora de entablar relaciones interpersonales,

también puede significar, según la psique de cada uno, un desconocimiento del deseo propio. Lo que no puede dejarse de lado a esta altura es el rol que juegan las CMC, y especialmente las redes sociales en el marco cotidiano de , por lo menos, la última década, en nuestra construcción subjetiva.

Desde un punto de vista estrictamente etnológico, que es un poco el acercamiento del texto de Mayans i Planells, se enfatiza el carácter de espacio de representación de las CMC, como un espacio de comunicación lúdico, justamente donde la cuestión del anonimato permite a las personas jugar y representarse, casi de una forma teatral, con máscaras, que reflejan algún aspecto fragmentario de su personalidad, o no, como si solo las usasen para divertirse. Esto lo acerca de alguna manera a una visión más posmoderna de la cultura, donde las personas tienen esta flexibilidad de construir diversos “yo” fragmentados, que usan algunos en una situación, algunos en otra, dependiendo del ánimo, de las intenciones, u otros factores. (Perrone; 2006)

Esta idea de un yo fragmentado remite también a la mencionada de autoreificación, lógicamente, dado que exhibe cómo la cultura posmoderna imprime en los sujetos la necesidad de adopción de diferentes apariencias, comparables a disfraces, para conseguir determinados objetivos. En esta línea, es importante el aporte de la perspectiva de Paula Sibilia, en su teorización de *La intimidad como espectáculo*, donde distingue el cambio de un yo introspectivo, que buscaba el autoconocimiento y la exploración de su personalidad a un yo alterdirigido construido en base a las apariencias (Sibilia, 2013). Entendemos, en esta línea, que las redes proveen de una serie de herramientas y un tipo de vínculo con el otro que deja su huella en las subjetividades, a partir de las significaciones que sirven como representaciones a los afectos. Por eso su teoría y la de Mayans i Panells retomada por Perrone permiten pensar en una autoreificación de los sujetos a partir de la auto-presentación por medio de lo visual, así como también un conocimiento sesgado del otro desde lo que su perfil muestra y su consecuente idealización.

4. Factores de construcción identitaria en el mundo virtual

Por lo analizado hasta el momento, entendemos que en el marco de la cultura de este siglo en occidente, el sujeto ha sido desprovisto de las instituciones fuente de sentido tradicionales, que fueron en cierta forma reemplazadas por otras propias de la época y del modo de sociedad en que se vive. En este marco, las redes sociales no solo se han convertido en una de las principales vías de comunicación, sino una fuente de

subjetivación constante, proporcionando sentidos en forma de texto, fotos y videos que generan pares como uno mismo. Este lugar en la construcción subjetiva está dado por el intercambio de afectos que significan los millones de gigas que se transmiten diariamente, y que nacen principalmente de las relaciones personales más directas, como pueden ser familiares y amigos. De ese capital se alimenta, en definitiva, Facebook. Twitter, en cambio, ya plantea otro tipo de vínculo entre los usuarios, mucho más abierto y global, aunque también pensable desde la reificación de Honneth. Allí puede verse como la plataforma digital establece un vínculo frío y distante, carente de afectividad a la hora de conocer a alguien: un ejemplo de práctica socialmente instituida que implica un alejamiento del otro.

En esta línea, las palabras de Mayans i Planells nos dejan pie para pensar la problemática de la construcción identitaria en un mundo codificado no solo por el lenguaje sino por el diseño de la plataforma:

(...)debemos destacar que las formas concretas de sociabilidad que encontramos en los chats —el hecho de ser un tipo de interacción no-físico— provoca que la plasmación de la personalidad sea algo realmente difícil, incierto y casi siempre efímero. Por ello, los usuarios necesitan, en muchos casos, establecer con vehemencia los rasgos principales de su persona en estos espacios (Mayans i Planells; 2006).

4.1 El lenguaje escrito: la Ortografía

El autor catalán trabaja en *De la incorrección normativa de los chats* el uso que se le da a la deformación del código lingüístico en las salas de conversaciones digitales. Faltas de ortografía, escrituras según un registro de oralidad o incluso el reemplazo de letras por otras o signos visualmente similares son algunos de los mecanismos que pueden verse y que Mayans i Planells analiza para comprender en mayor profundidad su uso masificado.

En este sentido, destaca que la “utilidad humorística” de la incorrección normativa que mencionábamos, resaltando especialmente el carácter lúdico del chat como espacio de comunicación. A partir de esta forma de pensarlo, enfatiza en un punto básico pero elemental: “es imposible que una falta de ortografía «haga gracia» si se desconoce que es, en efecto, una falta de ortografía” (Mayans i Planells; 2002). No se puede hablar entonces de desconocimiento, sino de transgresión intencional con fines “humorísticos” a partir del choque entre la regla y su aplicación.

¿Pero qué intención guarda la incorrección normativa? ¿ Es simplemente la distensión y el mero hecho de causar gracia al otro? La respuesta está, en cierta forma, en las palabras que destacamos anteriormente del autor: es la herramienta que tienen los usuarios de distinguirse, de mostrar algo de su personalidad más allá del lenguaje verbal. Mayans i Planells habla del “factor identitario”:

Los usuarios, desprovistos de un rostro y un cuerpo con el que identificarse a ellos mismos y diferenciarse de los demás, no tienen más materia prima que el teclado para establecer su personalidad en un chat. Evidentemente, los contenidos —el fondo— serán primordiales para que sean identificados y para cómo lo sean. Se les conocerá por lo que dicen que son, hacen y piensan. Sin embargo, también sus formas de expresión serán muy importantes para conseguir un cierto reconocimiento social en sus salas de chat preferidas y entre sus compañeros de conversación habituales (Mayans i Planells, 2002).

Queda claro cómo detrás de los fines lúdicos (dentro de los que también podríamos englobar el uso de emoticones o *emojis*) se esconde una necesidad de humanizar el canal de expresión, para que pueda reflejar de mejor manera al sujeto que se desvanece en la codificación digital. El factor identitario está presente en la ortografía de los chats, como también en otros fenómenos donde el usuario trata de mostrar su personalidad, lo que cree que es. Esa auto-reflexión es un ejercicio constante en el uso, de por ejemplo, las redes sociales, más complejas en sentido de representación que las salas de chats a las que refiere Mayans i Planells, pero no deja de exhibir como la identidad y el conocimiento subjetivo se ponen en juego en el ejercicio de adaptación a la comunicación mediada por el dispositivo digital.

4.2 El régimen visual y la lógica del espectáculo

Si bien las redes sociales muestran una fuerte impronta del texto escrito como forma de comunicación, cada vez están más pobladas de fotos y videos, en lo que puede vislumbrarse una predominancia del lenguaje visual.

El campo de la comunicación virtual tiene su lenguaje propio y su dinámica, que lo hacen tan masivo como particular. El reconocimiento al interior del mismo se da principalmente a través de lo visual: la presencia de imágenes e iconos en la estructura visual del perfil son la representación que uno hace de sí mismo para mostrarse en las redes.

Este imperio de lo visible en la producción de sentido es un tema ampliamente analizado por Paula Sibilia a partir de la perspectiva de Guy Debord, autor

situacionista francés que en 1967 publicó *La Sociedad del Espectáculo*, en donde lo define como “una relación social entre la gente que es mediada por imágenes”.

A lo largo de *La intimidad como espectáculo*, Sibilia retoma las tesis del autor para analizar la cuestión de la intimidad en la nueva subjetividad que se da en el marco del auge de las redes sociales. Allí es donde pone el foco para pensar las implicancias de lo visual en la comunicación, particularmente en cómo el yo comienza a estructurarse en base a lo exhibible, puesto que “en el monopolio de la apariencia, todo lo que queda del lado de afuera simplemente no existe” (Sibilia, 2013). La comunicación mediada por perfiles, de este modo, encierra la necesidad de construcción de un alter ego digital, de una “personalidad”, como describe Sibilia, orientada hacia el exterior, hacia el otro, a partir de las palabras, imágenes, videos y todo el contenido que cargamos en las redes: el yo alterdirigido que referimos anteriormente.

Queda por agregar que todos los contenidos “colgados” en un perfil, que construyen la personalidad del “yo virtual”, están sometidos a la opinión y el reconocimiento del resto de los usuarios, que puede darse en forma de comentarios, difusión (compartir o retweets), o en las vías objetivadas que la herramienta virtual provee, como son los “me gusta”.

El hecho de que la valoración al interior del campo virtual esté cristalizada en las formas que provee la plataforma condiciona fuertemente la producción de sentidos. Puede verse, sobre todo en el fenómeno de los usuarios anónimos, cómo lo que se busca es decir lo que pueda ser compartido y aprobado por grandes cantidades de personas. En este sentido las redes reproducen la lógica descripta por Debord: “lo que aparece es bueno, y lo que es bueno aparece”.

Esta lógica del espectáculo, vinculada especialmente al lenguaje visual, es también un factor estructural de la comunicación por redes sociales que sumerge al yo en una forma de interacción con reglas particulares que determinan el tipo de práctica, y que deben ser consideradas a la hora de entenderlas como espacios donde se pone en juego la subjetividad.

4.3 Interacciones: amigos, likes y comentarios

Como mencionamos anteriormente, el valor afectivo es un elemento central a la hora de pensar el fenómeno de las redes sociales, en tanto expresión de la CMC. Por un lado, como concepto generador de ganancia para las empresas que desarrollan

estos servicios de comunicación, que encuentran su rédito en el manejo de información, como también en el tráfico y la venta de publicidad. Asimismo, es un atractivo para los usuarios, que encuentran un nuevo espacio donde vivir sus relaciones personales e interactuar con sus seres queridos o por conocer.

En este sentido, y partiendo del concepto de perfil como representación del yo en cuerpo y mente en el correlato digital, es interesante repasar y analizar los principales elementos que lo componen:

Además del contenido que subas y de los comentarios que hagas en los sitios de otros usuarios, todos ellos te ofrecen la posibilidad de crear un perfil personal. Estos tres aspectos juntos constituyen tu identidad en esos sitios. Junto con esto, tenés a tus amigos y a tu lista de contactos. Todo ello crea una representación bastante rica de los usuarios en estos sitios. Para mantener esta identidad, necesitas constantemente actualizar tu sitio con contenido, ser un miembro activo de la comunidad haciendo comentarios y agregando nuevos amigos y contactos. Estos aspectos junto al hecho de que el contenido subido por la gente a estos sitios es a menudo de naturaleza personal, crea un fuerte vínculo con el sitio y con la comunidad de la cual formas parte. El tiempo es un factor importante aquí, porque cuanto más tiempo hayas dedicado al sitio, más personal y valorable se habrá vuelto tu biografía, haciendo más dificultosa la migración hacia otro sitio (Petersen;2008).

Si bien Søren Mørk Petersen, en *Contenido generado por perdedores*, ubica los comentarios y contenidos como dos elementos a los que se le suma el perfil y no como parte integradora del mismo, a la hora de pensar en la identidad en la web 2.0 resaltamos la variable temporal que introduce el autor, vinculada directamente a la facilidad con la que uno puede migrar a otro sitio. Este punto es bien descrito en su complejidad, dado que para abandonar una red social como Flickr, que Petersen usa como ejemplo, uno tiene que enfrentarse no solo al *backup* de los contenidos, sino también a la pérdida de sus lazos, que son los que en definitiva generan el valor afectivo del que hablábamos. Al migrar de sitio se pierden likes, comentarios y amistades que después hay que volver a recuperar, y no siempre se puede. “El tiempo, entonces, no es un factor declinante en la creación de valor, sino exactamente lo opuesto, tanto en relación al valor social y afectivo como al valor económico”, sintetiza el autor, en un ejemplo perfectamente aplicable a prácticamente el conjunto de lo que se conoce como redes sociales.

4.4 La arquitectura

A la hora de pensar de qué manera se produce y mantiene el vínculo entre usuarios, es fundamental comprender el concepto de arquitectura de cada sitio, y en general de las redes sociales en tanto CMCs. Para eso analizaremos cómo se diseñan los vínculos en algunas de las plataformas 2.0 principales.

Empezando por Twitter, la particularidad de su estructura es lo que habilita ciertas formas de construcción de sentido características del medio. Los estudios de Nikolov¹⁶ y su concepto de “efecto burbuja” son necesarios para entender la lógica bajo la cual Twitter fomenta determinados tipos de lazos. Más precisamente, para el análisis debemos considerar que dicha red social concentra las opiniones, es decir, une a personas según sus afinidades bajo la idea de una gran conversación global, en la que uno puede conocer las expresiones de cualquier usuario, incluso sin “fijar” el vínculo siguiendo al otro unidireccionalmente. Esto permite un alto grado de interacción con desconocidos, a la vez que se establecen vínculos más fugaces de acuerdo a las temáticas que se comparten. En este sentido, la cuestión afectiva no pasa tanto por el vínculo entre conocidos, sino con otros en tanto personas públicas que intercambian reconocimiento (en forma de retweets o likes).

En este sentido, Twitter no solo propone “seguir” a otros según patrones algorítmicos que detectan contenidos y gustos en común, sino que potencia la tendencia de los sujetos a los consumos afines con sus opiniones: a menos que uno tenga la voluntad de seguir a personalidades de pensamientos contrarios, la presencia de contenidos disruptivos será cada vez menor (Nikolov et al, 2015). Esto es lo que el autor llama “efecto burbuja”, el punto en que la arquitectura del sitio produce un encierro sobre las afinidades del usuario, buscando su satisfacción y bloqueando en cierta manera la posibilidad de contacto con otras posturas¹⁷.

Para pensar en Facebook, la principal red social, partiremos del completo análisis de su arquitectura realizado por Carolina Gruffat y Roberto Schimkus en *Facebook y sus rivales*. En principio, estamos hablando de una red social donde los vínculos son bidireccionales, aceptados por ambas partes, aunque se incluyó hace relativamente

¹⁶ Dimitar Nikolov, Diego F. M. Oliveira, Alessandro Flammini, Filippo Menczer (2015) “Measuring Online Social Bubbles”. Center for Complex Networks and Systems Research, Indiana University. arXiv:1502.07162v1 [cs.SI] 25 Feb 2015 <http://arxiv.org/pdf/1502.07162v1.pdf>

¹⁷ Desarrolladores independientes y también de las principales corporaciones de redes sociales ya han tomado nota del tema y hoy existen funciones para cancelar el feed de contenidos, o hasta invertirlo para recibir lo “opuesto” a lo que el sistema percibe como posible afin a nuestras preferencias.

poco la opción “seguir”, que permite el acceso a determinados contenidos que el usuario considere públicos. El hecho de que se trate de una red social construida en base a lazos entre “amigos”, determina en cierta forma su carácter lúdico, distinto del caso Twitter: los contenidos se organizan en base al vínculo y no a los intereses, más allá de que estos puedan compartirse o no.

Otra consecuencia de la arquitectura que destacan los autores es la autor-referencialidad de las publicaciones hechas, puesto que se prioriza siempre el acceso a otros cercanos que su viralización, a menos que se realicen en grupos de temáticas específicas:

que los elementos más transparentes de la interfaz —es decir, los más accesibles y fáciles de utilizar— son los autorreferenciales, que hablan del sujeto, mientras que los más opacos son los hetero-referenciales, aquellos que implican una interacción con el otro. Dentro de los elementos más transparentes se encuentran la foto de perfil, la información personal, la barra de estado («qué estoy haciendo/pensando»), en tanto que los elementos más opacos son el chat, los grupos, el aviso de cumpleaños de los contactos, entre otros (Guffrat y Schimkus; 2008).

Podemos ver así como la arquitectura de las redes sociales condiciona fuertemente el tipo de vínculo que se construye con el otro. Más cercano o lejano, más afectivo o menos, el diseño de la plataforma incide así también en los contenidos que se comparten y viralizan entre los usuarios, con lo cual es un factor a considerar a la hora de pensar cómo interactúan los usuarios y se reconocen a sí mismos. Por ejemplo, en el caso de Twitter, su arquitectura plantea al sujeto como un opinador igual a los demás (siempre considerando que hay personalidades públicas que acarrear su popularidad al mundo digital, traduciéndola en cantidad de seguidores) sobre determinadas temáticas de relevancia. Lo desprovee del contacto y la “contención” de sus vínculos cercanos, y lo introduce en un debate feroz como puede verse en Twitter, con mensajes fugaces y cargados de agresividad en búsqueda de la viralización (o reconocimiento) por medio de la llegada a su “burbuja”, y con poca capacidad de construcción de consenso al fin. Un tipo de vínculo que, al fin, puede ser calificado de “reificante” en términos de Honneth, por instituir una práctica, el uso de Twitter, que aleja al sujeto del contacto y la empatía con el otro. Y esto alcanza también a Facebook, pues los niveles de agresividad también son palpables, por ejemplo, en los grupos de donde se pueda generar algún tipo de debate. En este sentido, podemos ver cómo el medio en cierta forma condiciona el tipo y la calidad del mensaje, siendo un espacio de formación de las subjetividades que necesita seguir siendo estudiado.

4.5 Las *cookies* y el *feed*: la problemática del acceso a contenidos

No se puede dejar de lado, cuando se habla del acceso a contenidos por parte de los usuarios, el concepto de cookies y su injerencia hoy en la problemática. Tanto Google como Facebook, por citar los dos ejemplos salientes, utilizan los datos que obtienen de las personas, por medio de los múltiples usos que le damos a sus plataformas, para segmentar y analizar a su público. A partir de allí, por medio del sistema AdWords en el caso del buscador, o vía las publicaciones promocionadas, en el caso de de la red social, se filtran los avisos publicitarios según las preferencias que captan y el tratamiento por medio de algoritmos por el que los procesan.

Esta modalidad no solo abarca la venta de publicidad, sino también lo que las redes sociales nos muestran de nuestros contactos. Así, Facebook y Twitter analizan nuestras conductas, menciones y actividad, para cruzar datos, compararlos con los demás perfiles y detallar nuestras preferencias. En este sentido, pueden sacar conclusiones en base a probabilidades a niveles que el público no imagina¹⁸, en la industria de la llamada *big data*, para sugerirnos qué debemos ver de nuestros amigos, de los referentes políticos, del cine, o qué tema musical nos puede gustar si hemos escuchado uno en particular.

Lógicamente estas cuestiones del uso tecnológico cotidiano son ineludibles a la hora de pensar los procesos identitarios y el lugar que las redes sociales tienen hoy en la construcción de la subjetividad. Los criterios que aplican las plataformas 2.0 para adivinar qué nos gusta parten de probabilidades que en cierto punto no dejan de uniformizar la pluralidad social y el acceso a otras formas de pensar. Allí es donde se debe reflexionar sobre el lugar que estas lógicas de mercado están teniendo en la manipulaciones de los afectos y los sentidos con los que tenemos contacto a diario y que hacen a nuestra formación identitaria.

Es resonante, en esta línea, el concepto de Apropiación incluyente que trabaja Mariano Zukerfeld en *Más allá de la propiedad intelectual*, entendido como “modalidad regulatoria por la cual las empresas capitalistas explotan los Conocimientos Doblemente Libres y la producción colaborativa y los combinan con dosis quirúrgicas de Propiedad Intelectual” (Zukerfeld; 2010). Este modelo, que tiene implícita la libertad de acceder a los contenidos y publicar, pero también la de no disponer ya de los mismos ni de reclamar retribuciones por ellos, implica la “mercantilización sin

¹⁸ Cuatro casos en los que el 'big data' pasó de útil a escalofriante: http://elpais.com/elpais/2015/08/11/icon/1439304143_858615.html

exclusión”, que fomenta la participación de un público masivo y propina ganancias millonarias a las empresas por medio de generación de contenidos, consumo de publicidad y proporcionamiento de datos en distintos órdenes de la vida cotidiana. “Mientras en el modelo “privativo” el acento radica en utilizar regulaciones para aumentar el precio de los outputs, en la Apropiación Incluyente se trata de bajar el precio de los inputs. Por supuesto, esto se complementa con la gratuidad del acceso a los productos de las firmas”, sintetiza el autor.

La capitalización de los lazos afectivos por parte de las redes sociales es perfectamente descrita por Zukerfeld cuando habla de reconocimiento:

Lejos de desconfiar de la producción colectiva y anónima, la apropiación incluyente se sirve de ella. En efecto, mediante el control de las plataformas para la colaboración, las firmas dominan las redes de reconocimiento. Tampoco puede dejar de resaltarse que el capitalismo, inventor y catalizador de la individualidad y el individualismo, apoye su modelo de negocios más avanzado en la noción de comunidad (Zukerfeld; 2010).

5. El lugar del mercado

Hemos analizado distintos aspectos en los que el yo interactúa con las nuevas formas de comunicación, en lo que hace a su desarrollo, que hoy se da enmarcado en una relación con el otro mediada por la vía digital. En este sentido, vemos que existe una impronta de la industria en el vínculo, dada la búsqueda de ganancia que logran por medio de la generación de trabajo afectivo, y consiguientemente por el tratamiento de los datos que obtienen de los usuarios.

Como mencionamos anteriormente, podemos entender esta época como momento de retirada de las grandes instituciones modernas (Estado, Escuela, Familia, etc.), en tanto fuentes de sentido y subjetivación para el hombre, que ceden terreno ante el avance en importancia cada vez mayor de los medios de comunicación en la vida cotidiana de los sujetos.

En este marco, la noción de auto-comunicación de masas, trabajada por Manuel Castells en *Comunicación y Poder*, permite profundizar el entendimiento del rol que hoy juegan las vías de interacción. Las define, así, como una nueva forma histórica de la comunicación, ya como etapa posterior de la Galaxia Gutenberg y el esquema clásico de broadcasting como paradigma.

Es de masas porque tiene capacidad de alcance global, es auto-comunicación porque es el propio usuario el que elabora el mensaje, define receptores y “selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar” (Castells; 2008). Además, es multimodal, porque el contenido puede ser adaptado por mismo usuario y reconvertido para ser viralizado y redirigido en distintas plataformas.

Para el autor, hoy las tres formas de comunicación desarrolladas históricamente (interpersonal, comunicación de masas y auto-comunicación de masas), conviven y se complementan, con consecuencias culturales a partir de “la articulación de todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra, mezcla y recombina en su diversidad el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana” (Castells; 2008). Esta convergencia, como destaca el filósofo citando a Henry Jenkins “se produce dentro del cerebro de los consumidores individuales y a través de su interacción social con los demás” (Jenkins, 2006).

Teniendo en cuenta los cambios culturales consiguientes, es interesante y bien descrita la mirada de Castells acerca del individualismo:

Por último, la cultura del individualismo en red encuentra su plataforma preferida en el variado universo de la auto-comunicación de masas: Internet, comunicación inalámbrica, juegos en línea y redes digitales de producción cultural, remezcla y distribución. No es que Internet sea el ámbito exclusivo del individualismo. Internet es una red de comunicación y, como tal, es también instrumento de difusión del consumismo y del entretenimiento global, del cosmopolitismo y del multiculturalismo. Pero la cultura del individualismo en red puede encontrar su mejor forma de expresión en un sistema de comunicación caracterizado por la autonomía, la conexión horizontal en red, la interactividad y la recombinación de contenidos a iniciativa del individuo y sus redes (Castells; 2008).

Si bien el individualismo como conducta social no tiene necesariamente que ver con la noción de reificación tratada por Honneth, es un ejemplo de cómo hay prácticas instituidas en lo cotidiano que muchas veces se asientan sobre cuestiones culturales que tienden a reproducir. Si el individualismo implica una pérdida de empatía con el otro, puede pensarse que Internet se presta como un espacio de reproducción de la conducta.

Castells, también en el plano cultural, hace una interesante distinción acerca de cómo la herramienta digital no termina de explotar su potencial de diversificación, en el sentido de poder dar voz a todos los usuarios y posibilitar “la producción autónoma de la mayoría de los flujos de comunicación que construyen el significado en el imaginario colectivo”. Este panorama se ve obstaculizado por las estrategias empresariales y comerciales, que son las que en definitiva moldean el avance tecnológico para obtener rédito, y provocando bajo esta línea los cambios culturales mencionados:

La difusión de Internet y de las comunicaciones inalámbricas ha descentralizado las redes de comunicación, lo que permite múltiples puntos de entrada en la red de redes. Si bien el crecimiento de esta forma de auto-comunicación de masas aumenta la autonomía y la libertad de los actores de la comunicación, dicha autonomía tecnológica y cultural no conlleva necesariamente la autonomía respecto a las empresas mediáticas. De hecho, crea nuevos mercados y nuevas oportunidades de negocio. Los grupos mediáticos se han integrado en redes multimedia globales entre cuyos objetivos está la privatización y comercialización de Internet para ampliar y explotar estos nuevos mercados (Castells; 2008).

Así planteado, el mercado y su lógica aplicada a la comunicaciones contemporáneas es una variable ineludible a la hora de pensar las redes sociales como espacios de formación identitaria y subjetiva. Esta problemática fue trabajada largamente también por Lawrence Lessig en *Código y otras leyes del ciberespacio*. Allí pone el acento en la interacción entre el comercio y un elemento fundamental que mencionamos anteriormente: la arquitectura de la red. La misma es moldeada por el comercio para obtener ganancia, a la vez que alimenta y eficientiza el comercio mismo. Lessig destaca y anticipa en cierto punto la importancia que tiene hoy la identificación dentro de la arquitectura de la red.

Si el comercio va a definir las arquitecturas emergentes del espacio cibernético, ¿no es rol del gobierno asegurar que esos valores públicos que no responden al interés del comercio, también sean parte de la construcción de esta arquitectura? La arquitectura es de alguna forma una ley: determina lo que la gente puede o no puede hacer. Cuando los intereses comerciales determinan esta arquitectura, crean un tipo de ley privatizada (Lessig; 1999).

En el análisis del autor se ve una de las consecuencias del declive de las grandes instituciones de la modernidad en occidente, como también del neoliberalismo, que pone en jaque incluso la lógica con la que vienen manejándose los gobiernos. La

regulabilidad de la arquitectura pasa a ser un tema político de importancia central, puesto que los valores públicos quedan desplazados en la lógica de mercado, y en cierto punto también del espectáculo, en las palabras de Debord rescatadas por Sibilía que mencionamos anteriormente: la arquitectura es la que determina el régimen de visibilidad y exposición que impera en el mundo de las redes sociales.

En este contexto, Sibilía advierte que “(...) puede ocurrir que la insaciable avidez del mercado capture esos espacios que ahora quedaron vacíos (por la retirada de instituciones modernas) y se instale en ellos. En el forcejeo de esa negociación, las subjetividades pueden volverse un tipo más de mercancía(...)”(Sibilía, 2013). La cuestión del mercado como institución formadora de prácticas y del consumo en la construcción de las subjetividades toca de fondo cualquier análisis sobre la realidad identitaria de los sujetos, porque las representaciones y sentidos instituidos no escapan a su dinámica. Hace a cómo se reconocen los sujetos, entre sí y a sí mismos, cómo satisfacen sus necesidades y cómo construyen sentido.

Una eventual reformulación en clave contemporánea de aquellos lazos cortados por la experiencia moderna posibilitaría, quizás, vislumbrar al otro como *otro*, en vez de fagocitarlo en una inflación del propio *yo* siempre privatizante”(Sibilía, 2013), propone Sibilía, en una línea que inevitablemente nos vuelve al concepto de reificación como el olvido de un reconocimiento afectivo, de poder entender al otro desde sus significaciones y sus sensaciones subjetivas, en una actitud de implicación con su pensamiento. En esta línea, también nos remite al individualismo que hacía alusión Castells: Internet como espacio propicio para la “inflación” del yo en detrimento de una mirada empática con el otro.

Es necesario, entonces, avanzar en una reflexión que permita la deconstrucción de las prácticas cotidianas para clarificar realmente su alcance no solo en el funcionamiento de la sociedad, sino en la construcción de las subjetividades y la forma en que los sujetos se reconocen a sí mismos. El mercado ha ganado en cierta forma un espacio importante en los procesos mencionados, en tanto formador del biopoder del que hablaban Negri y Hardt, y urge clarificar hasta qué punto el día a día nos forma más como consumidores que como ciudadanos consientes del mundo en que vivimos.

7. La tecnología como escenario de lucha

La coyuntura de ocaso de las grandes instituciones modernas y sus implicancias en la vida de los sujetos, en su experiencia cotidiana, fue puntualmente abordada por Gilles Deleuze en “Posdata sobre las sociedades de control”:

Estamos en una crisis generalizada de todos los lugares de encierro: prisión, hospital, fábrica, escuela, familia. La familia es un “interior” en crisis como todos los interiores, escolares, profesionales, etc. Los ministros competentes no han dejado de anunciar reformas supuestamente necesarias. Reformar la escuela, reformar la industria, el hospital, el ejército, la prisión: pero todos saben que estas instituciones están terminadas, a más o menos corto plazo. Sólo se trata de administrar su agonía y de ocupar a la gente hasta la instalación de las nuevas fuerzas que están golpeando la puerta. Son las sociedades de control las que están reemplazando a las sociedades disciplinarias (Deleuze; 1995).

Se trata de un modelo social que ya no apunta al encierro como “molde” para la formación del sujeto, sino que ahora ejerce el poder por medio de “modulaciones” que regulan su vida diaria, su formación, sus esfuerzos, sus objetivos o sus deudas, en procesos constantes que no tienen un final determinado, logrando así su sujeción crónica.

“Muchos jóvenes reclaman extrañamente ser “motivados”, piden más cursos, más formación permanente: a ellos corresponde descubrir para qué se los usa, como sus mayores descubrieron no sin esfuerzo la finalidad de las disciplinas”, deja planteado Deleuze como programa a futuro. Hoy es ineludible la necesidad de reflexionar sobre nuestro modo de vida, que es cambiante y que no deja de transformarse.

Las redes sociales, en tanto elemento técnico de la comunicación, ya forman parte de nuestra vida cotidiana, y es imprescindible profundizar en cómo nos ponen en contacto con el otro y con la realidad que nos rodea, dado que dedicamos cada vez más tiempo de nuestro día a utilizarlas. Hemos visto que ese vínculo con lo externo al yo está indefectiblemente marcado por el diseño de la red, que a su vez dejan espacio a las distintas estrategias por las cuales buscamos mostrarnos como somos en la representación digital que exhibimos.

Si el lenguaje político y moral con el que valoramos las tecnologías sólo incluye categorías relacionadas con las herramientas y sus usos; si no presta atención al significado de los diseños y planes de nuestros artefactos entonces estaremos

ciegos ante gran parte de lo que es importante desde el punto de vista intelectual y práctico (Winner; 1999).

La advertencia de Langdon Winner en *¿Tienen los artefactos política?* nos remite a la cuestión de la arquitectura que hemos destacado anteriormente. Entender su carácter político es esencial para establecer planteos críticos en pos de un conocimiento en profundidad de la materia. En este aspecto, el autor norteamericano contempla la importancia de pensar en las particularidades de cada tecnología, que determinan asimismo configuraciones de poder en la dinámica del contexto en el que surgen y se instalan como útiles, así como también los valores e intenciones que guían ese uso práctico y lo regulan.

Bajo esta concepción, no podemos dejar de observar que las redes sociales son una fuente de ganancia millonarias para las empresas que las desarrollan y sus accionistas, y que viven del tráfico que generan, las visualizaciones de publicidad y la acumulación de datos múltiples de los usuarios, principalmente. Esta lógica del capitalismo contemporáneo es ineludible para pensar a las redes como fuentes de entretenimiento y generación de valor afectivo, principalmente creando ganancias por medio de la utilización, y en cierta manera la dosificación, de las relaciones interpersonales de los usuarios, que en general trascienden las barreras digitales, que hoy en día constituyen en buena forma dichos vínculos.

La Teoría Crítica afirma que la tecnología no es una cosa en el sentido ordinario del término, sino un proceso ambivalente de desarrollo suspendido entre diferentes posibilidades. Esta “ambivalencia” de la tecnología se distingue de la neutralidad por el rol que le atribuye a los valores sociales en el diseño, y no meramente en el uso de los sistemas técnicos. En esta visión, la tecnología no es un destino, sino que es un escenario de lucha. Es un campo de batalla social en el cual las alternativas civilizacionales son debatidas y decididas (Feenberg; 1991).

La teoría a la que refiere Andrew Feenberg es una síntesis suya en búsqueda de la superación de la dicotomía entre una Instrumental, que considera neutral a la tecnología en cuanto a los fines de su uso y sus consecuencias, y una Sustantiva, que la entiende como medio ambiente y modo de vida del hombre, por lo que su utilización no pasa por una elección libre. El hecho de entenderla como escenario de lucha, como sostiene su Teoría Crítica, implica poner sobre la mesa la ambivalencia del proceso tecnológico y su potencialidad, para poder ver desde ahí la injerencia que tienen los

“valores sociales” en su arquitectura. Allí es donde se desenvuelve la lucha acerca de cómo las tecnologías se van a integrar a la cotidianidad de los sujetos.

En esta línea, Feenberg pone el foco a trabajar en la *contingencia social* de las tecnologías, “que posee un potencial democratizante inexplorado que solo podrá ser realizado a través de un cambio en el centro del control”, sostiene el autor, quien vuelve a preguntarse si es posible ese cambio, con la auto respuesta: “La democratización radical presupone que exista en los ciudadanos de las sociedades industriales un deseo por aumentar su responsabilidad y poder, pero estos ciudadanos parecen más ansiosos por “escapar de la libertad” que de aumentar su alcance” (Feenberg; 1991).

De todos modos, Feenberg entiende que se trata de un momento histórico que puede variar. De las ciencias sociales depende seguir profundizando la reflexión acerca del lugar que ocupa la tecnología en nuestras vidas, y puntualmente las redes sociales como estuvimos analizando. Solo desde la generación de conocimiento que permita un vínculo más claro con el elemento técnico podremos diferenciar la formación ciudadana de la de consumidores, de qué es espectáculo y qué son nuestras relaciones interpersonales más significativas, de qué es un simple like y qué se vuelve satisfacción y defensa del egocentrismo, de hasta qué punto las redes sociales nos alimentan de realidad cotidiana y hasta qué punto nos encierran en la burbuja.

Conclusiones

Las redes sociales han pasado a ocupar un lugar preponderante en la vida cotidiana de las personas, y, como hemos visto, en su construcción subjetiva. Las significaciones, a partir de las cuales los sujetos se reconocen, circulan ya más por medio de las redes, que por los medios tradicionales. En este contexto, la afectividad tiene un rol central en la formación subjetiva de las personas, y las vías de comunicación 2.0, en tanto empresas multinacionales, han entendido la importancia que puede tener en el día a día una forma de comunicación en cierto punto más humana, pero distinta del cara a cara.

La Comunicación Mediada por Computadoras está transformando profundamente el tipo de sociedad en que se vive, pero esto no quita que estructuralmente siga siendo un modo de explotación capitalista. Como hemos descrito, su arquitectura regulada por lógicas de mercado encierran al sujeto en prácticas donde cumple un rol de

consumidor, a la vez que produce contenidos para sus pares. En estos ámbitos es donde los sujetos se desarrollan como personas y conforman esquemas de percepción de la realidad, y en definitiva, su propia identidad.

Comprender este lugar clave que tienen las redes en la sociedad actual implica asumir a la tecnología como un espacio de lucha, donde se pueda lograr una relación distinta, en la que las fuerzas del mercado no manipulen la satisfacción de los sujetos, y sean estos los que puedan ver más claramente su vínculo con el elemento técnico y su rol dentro del esquema que plantea la comunicación 2.0.

Referencias

- Cafassi, E. (2008). “Política y Comunicación”, en AA.VV, Democratizar la democracia. Buenos Aires: Areté Editores. Versión digital editada por Hipersociología.
- Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell Publishers, capítulo V, Madrid, Alianza.
- Castells, M. (1997). Prólogo: “La red y el yo” en *La era de la información*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2008). *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. Madrid: Ariel. Capítulo 6.
- Castells, M. (2009). “La comunicación en la era digital”, en *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza. 2009
- Feenberg, A. (1991). “El parlamento de las cosas”, capítulo 1 en *Critical Theory of Technology*. New York: Oxford University Press.
- Deleuze, G. (1995). “Post Scriptum sobre las sociedades de control” en *Conversaciones 1972-1990*, Valencia, Pretextos.
- Gruffat, C. y Schimkus, R (2010). Capítulo VI. La arquitectura es la política de la red. Facebook y sus rivales. En Piscitelli, Adaime y Binder, *El proyecto Facebook y la posuniversidad*.

- Hardt, M y Negri, A (1999). “Posmodernización o informatización de la producción”. En Imperio. Buenos Aires: Paidós. 1999
- Hardt, M y Negri, A. (2009). “La Producción bipolítica”, en Imperio, Exils.
- Honneth, A. (2012). Reificación, Katz Editores, Buenos Aires.
- Jenkins, H. (2004). Convergence Culture, Nueva York: NYU Press. Rheingold, Howard. Multitudes Inteligentes, Barcelona: Gedisa.
- Lessig L. (2001) ,Code and other Laws of Cyberspace, New York: Basic Books. Taurus, Madrid.
- Lukacs, G (1969). Historia y conciencia de clase. Estudios de dialéctica marxista. Editorial Grijalbo, México.
- Mayans i Panells, Joan . “De la incorrección normativa en los chats”, 2002
- Nikolov, (2015) “Measuring Online Social Bubbles”. Center for Complex Networks and Systems Research, Indiana University.
- Perrone, I. (2006). Una visión panorámica de la CMC, clase teórica dictada en la Facultad de Ciencias Sociales, (UBA)
- Petersen, S. (2008) “Contenidos Perdidos por los Usuarios”, traducción de Petersen, S., “Loser Generated Content: From Participation to Exploitation”, First Monday, Volume 13, Number 3 - 3 March.
- Sibilia, P. (2013). La intimidad como espectáculo, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica,.
- Winner, L. (1999) ¿Tienen política los artefactos? (Do Artifacts have Politics?). En MacKenzie, Donald, y Wajcman, Judy (eds.). The Social Shaping of Technology. Philadelphia: Open University Press. Versión castellana de Mario Francisco Villa.
- Zukerfeld, M. (2011). “Presentando al Trabajo informacional y al Sector Información. Diez aproximaciones a los procesos productivos del Capitalismo Informacional”. En Obreros de los bits. Una introducción al Sector Información y el Trabajo Informacional. Florencio Varela: Editorial Jauretche..

Zuckerfeld, M. (2010). “Más allá de la Propiedad Intelectual: Los Conocimientos Doblemente Libres, la Apropiación Incluyente y la Computación en la Nube”, en Capitalismo y Conocimiento: Materialismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Capitalismo Informacional, Tesis Doctoral, FLACSO.

El rol de Google y Facebook en la circulación de información en Internet: qué son los fenómenos de *profiling* y *filter bubble* y qué implicancias tienen en los debates sobre responsabilidad de intermediarios¹⁹

M. Azul Andrade²⁰

Recibido: 06/03/2017; **Aprobado:** 15/04/2017

Resumen

Este artículo propone analizar cómo funcionan los fenómenos de *profiling* y *filter bubble* desarrollados por empresas de Internet como Google y Facebook, con la hipótesis de que los mismos inciden en la calidad de información a la que un usuario asiduo accede a través de dichos intermediarios. Además, este trabajo busca entender las implicancias de los mismos en los debates sobre responsabilidad de intermediarios a través de casos tomados entre 2012 y 2016.

Palabras clave: burbuja de filtro, Facebook, Google, personalización, responsabilidad de intermediarios de Internet.

Abstract

This article intends to analyze the phenomena of *profiling* and *filter bubble* developed by Internet companies such as Google and Facebook. The underlying standpoint is that these phenomena have an adverse impact on the quality of information that a regular Google and Facebook user has access to. Moreover, this paper intends to draw an insight over the implications that these phenomena have on the debates about liability of Internet intermediaries, using case studies from 2012 to 2016.

Keywords: Facebook, filter bubble, Google, liability of Internet intermediaries, profiling.

¹⁹ Una primera versión de este trabajo fue evaluada en 2016 por la cátedra Becerra de Introducción a la Informática, la Telemática y Taller de Procesamiento de Datos de la Facultad de Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires).

²⁰ Estudiante en la Licenciatura en Cs. de la Comunicación, Fac. de Cs. Sociales (UBA). m.azul.andrade@gmail.com

Resumo

Este artigo se propõe a analisar como funcionam os fenômenos de criação de perfis (profiling) e de bolhas de filtro (filter bubble) desenvolvidos por empresas de Internet como Google e Facebook, com a hipótese de que eles afetam a qualidade das informações que um usuário assíduo acessa através dos referidos intermediários. Além disso, este trabalho procura compreender as implicações destes nos debates sobre a responsabilidade dos intermediários através de casos entre 2012 e 2016.

Palavras-chave: bolha de filtro, Facebook, Google, personalização, responsabilidade de intermediários da Internet

1. Introducción

El propósito de este artículo es analizar cómo funcionan los fenómenos de *profiling* y *filter bubble* desarrollados por empresas de Internet como Google y Facebook, con la hipótesis de que los mismos inciden en la calidad de información a la que un usuario asiduo accede a través de dichos intermediarios. En el caso de Google, el foco está puesto principalmente en su motor de búsqueda, aunque este trabajo pretende entender dicha plataforma como parte de un ecosistema más amplio de productos que comparten intereses y estrategias de mercado en una sola compañía, sobre todo a partir de los cambios en sus políticas de privacidad del año 2012.

Además de analizar el funcionamiento de dichos fenómenos, este trabajo busca entender las implicancias de los mismos en los debates sobre responsabilidad de intermediarios a través de casos tomados entre 2012 y 2016, y a través de entrevistas a Vladimir Chorny (investigador para la Red en Defensa de los Derechos Digitales) y a Natasha Lomas (reportera para TechCrunch.com).

Principalmente, el análisis propuesto tiene como eje teórico las definiciones de L. Lessig sobre los distintos niveles de regulación en el ciberespacio: legal, económico, de usos y normas, y de arquitectura o código (1998). En segunda instancia, en esta sección de la investigación se intentará analizar si existe una influencia en el debate por parte las revelaciones de 2013 sobre operaciones sobre espionaje de la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos con ayuda de intermediarios de Internet.

2. Profiling: cómo funciona la personalización y localización de Google

En principio, se debe entender cómo funciona el motor de búsqueda de Google, su producto principal. Álvarez Ugarte y Rabinovich definen los buscadores de Internet como intermediarios necesarios entre los usuarios (2013: 106). Según los autores, existen cuatro operaciones en las que interceden los motores de búsqueda: “los buscadores indexan el contenido disperso de la Web; los usuarios introducen términos de búsqueda en los motores; el buscador ofrece al usuario listas de resultados relacionando el contenido indexado con los términos ingresados y el usuarios accede al contenido provisto por terceros”. El segundo y el tercero de esos procesos, la búsqueda y los resultados, son aquellos sobre los que influye el fenómeno de *profiling*. Con respecto a los resultados, Álvarez Ugarte y Rabinovich citan a Introna y Nissenbaum para explicar cómo se trata de una operación automática: “(...) la base de datos del motor de búsqueda devuelve al usuario una lista de URLs vinculadas con esa palabra clave, idealmente incluyendo todas las que son relevantes al interés del usuario” (2013: 107). Sostienen también que este proceso automático es logrado a través de algoritmos matemáticos que están programados en el software del motor.

Interesa además entender qué otro tipo de datos le son otorgados al buscador cada vez que se realiza una nueva búsqueda, aparte de lo que Álvarez Ugarte y Rabinovich definen como “términos de búsqueda”. Para esto es necesario conceptualizar el motor de búsqueda de Google no como un producto aislado, sino como parte de un ecosistema de productos interrelacionados.

A partir de un cambio en sus políticas de privacidad en el 2012, Google integra datos de sus usuarios registrados a través de sus distintos productos (Gmail, Youtube, el motor de búsqueda, etcétera) para tratarlos, como expresó su Privacy Director, Alma Whitten como “un único usuario a lo largo de todos los productos, lo que significa una experiencia más simple e intuitiva en Google” (citada por Tsukayama, 2012). Tsukuyama explica en un artículo en The Washington Post el tipo de datos que Google recolecta y combina: “Google colecta y puede integrar casi cualquier cosa que ya esté en el ecosistema Google: entradas en el calendario, data de locación, preferencias de búsqueda, contactos, hábitos personales basados en conversaciones de Gmail, información de dispositivos y búsquedas realizadas, por mencionar algunas” (2012).

La autora también señala otros tipos de información que los usuarios de teléfonos móviles de Android le brindan a Google, y exactamente qué significa el cambio en el planteo de las políticas de privacidad:

(Por ejemplo) el modelo de hardware de tu dispositivo, la versión del sistema operativo, otros identificadores del dispositivo e información sobre la conexión móvil. Google dice que puede asociar tus identificadores del dispositivo o el número telefónico con tu cuenta de Google. (También) detalles de cómo usas el servicio, como las búsquedas realizadas; registros telefónicos como hora, lugar y duración de las llamadas; direcciones IP; cookies que pueden ‘identificar tu navegador o tu cuenta de Google’. Google ya estaba recolectando esta información bajo su política de privacidad anterior, pero está haciendo más explícito el hecho de que puede combinar los datos móviles con otra información para conocer cosas como la locación en la que te encontrabas al realizar una búsqueda en particular (Tsukuyama, 2012).

Tsukuyama indica que dicha política de privacidad aplica a usuarios que estén registrados con una cuenta de Google, y que la información se combina sólo cuando uno ha iniciado sesión en una ventana y accede a otros productos en el mismo navegador. Por último, señala que no existe una opción para que el usuario registrado en Google no participe en la recolección y combinación de datos, sin tener que directamente eliminar su cuenta (Tsukuyama, 2012).

3. Filter bubble: cómo se refleja la personalización en los resultados de búsqueda

En un artículo para The Washington Post, Kang muestra un ejemplo del fenómeno de *tracking* explicado en el punto anterior: “cuando alguien busca la palabra ‘jaguar’, Google tendría una mejor idea sobre si la persona está interesada en el animal o el auto” (2012). Lo que desde el punto de vista de la corporación se plantea como un beneficio para los usuarios, ha sido cuestionado por muchos representantes de agrupaciones no gubernamentales en defensa de los derechos en Internet.

Uno de ellos es Eli Pariser, autor del libro “The Filter Bubble”, quien define el fenómeno en una charla Ted:

Si uno junta todos estos filtros, todos estos algoritmos, obtiene lo que llamo la «burbuja de filtros». La burbuja de filtros es el universo propio, personal, único, de información que uno vive en la red. Y lo que haya en la burbuja de filtros

depende de quién uno es, y de lo que uno hace. Pero la cosa es que uno no decide que es lo que entra. Y, más importante aún, no vemos qué es lo que se elimina (2011).

Para explicar las implicancias de la burbuja de filtros, Pariser sugiere una analogía entre lo que denomina “porteros” (*gatekeepers* en inglés) y editores en la sociedad del *broadcasting*, y los algoritmos propios del modelo de difusión en Internet. Desde un punto de vista relacionable a lo que Lessig denomina como regulación por medio de la “arquitectura” (1998), Pariser señala que estos algoritmos operan de una manera similar a lo que hacía un editor, por lo que opina que:

Si los algoritmos nos van a seleccionar el contenido, si van a decidir qué veremos y qué no, entonces tenemos que asegurarnos de que no sólo se guían por la relevancia. Tenemos que asegurarnos de que también nos muestran cosas incómodas, estimulantes o importantes, otros puntos de vista. (...) Necesitamos que nos aseguren que estos algoritmos contienen un sentido de la vida pública, un sentido de responsabilidad cívica. Necesitamos que nos aseguren que son suficientemente transparentes, que podemos ver cuáles son las reglas que determinan lo que pasa por nuestros filtros. Y necesitamos que nos den algún control para poder decidir qué pasa y qué no pasa (2011).

Otro ejemplo del rol de los algoritmos en la selección de información es el caso de Facebook. Luego de ser acusada de censurar manualmente cierto tipo de noticias, la compañía reemplazó el trabajo manual de curaduría de noticias por un algoritmo que “elige las historias destacadas basado en cuántas menciones y cuántas veces ha sido compartido un artículo en la red social dentro de un corto período de tiempo” (McGoogan, 2016). Sin embargo, esta decisión también fue criticada luego de que se divulgaron noticias falsas entre las historias destacadas de la red social (McGoogan, 2016) y se censuró una foto de la Guerra de Vietnam en un artículo periodístico para su versión en Facebook, presuntamente por ser considerado como pornografía infantil (Weaver, 2016).

4. Modelo económico: qué hay detrás del profiling y la filter bubble.

Para entender cómo opera Google en el manejo y circulación de información en Internet, se debe tener en cuenta su modelo económico. Döpfner señala que:

Google no sólo es el motor de búsqueda más grande del mundo, sino que con Youtube (el segundo motor de búsqueda del mundo), también es la plataforma de video más grande, con Chrome, el buscador más grande, con Gmail, el proveedor de correo electrónico más utilizado y con Android, el mayor sistema operativo para dispositivos móviles (2014).

Además, Google es dueña de la red de publicidad online más grande, DoubleClick (Swearingen, 2016). A partir de un cambio en la política de privacidad de la empresa en Junio de 2016, Google dejó de manifiesto que, dependiendo de la configuración de la cuenta de sus usuarios, la información recolectada a través del *tracking* de sus actividades en otros sitios y aplicaciones puede ser asociada a su información personal con el fin de “mejorar el servicio y los anuncios publicitarios mostrados por Google” (Google Inc., 2016).

Muchos autores señalan que la base del crecimiento económico de Google (y de Facebook) es la recolección de datos personales. Döpfner sostiene que “nadie capitaliza su conocimiento sobre nosotros con tanta eficiencia como Google” (2014), mientras que Morozov argumenta que es la información sobre el usuario y la manera en la que la explotan lo que hace sobresalir a Google y Facebook entre sus competidores (2013). Esta situación es explicada por Lomas en un artículo sobre la incursión de Google en la industria de Internet de las cosas.

Para cumplir con su promesa de atención personalizada, con predicciones sobre restaurantes en los que te gustaría comer, por ejemplo (...), [Google] está recolectando y excavando tu información personal, preferencias, prejuicios... (...) Por lo que el precio real de construir un ‘Google personal para todos, en todos lados’ sería de hecho cero privacidad para todos, en todos lados (Lomas, 2016)

Por la naturaleza misma del modelo económico y competitivo de la empresa, Swearington sostiene que Google está sumergida en una tensión de intereses. Por un lado, los de una compañía que desea ser el mayor recolector y distribuidor de información a nivel mundial (*the world's clearinghouse for information*, en inglés), mientras por otro lado busca ganar miles de millones de dólares poniendo publicidades en frente de gente que posiblemente compre cosas (2016).

Ampliando esta idea, Fuchs indica que Google se beneficia monetariamente de la expansión de la web y el contenido generado por los usuarios o *prosumers*²¹:

Mientras más sitios web y más contenido haya en la WWW, Google podrá indexar más contenido y más sitios para proveer resultados de búsqueda. Mientras mejores y mayores sean los resultados de búsqueda, más probable será que los usuarios consulten Google, se encuentren con publicidades que coincidan con sus búsquedas y puedan hacer *click* en ellas (2011).

En este sentido, Fuchs realiza un análisis crítico de la economía política de Google para argumentar que su modelo de provisión de servicios se sustenta en una nueva forma de creación de valor económico. El autor resume el circuito económico de la siguiente manera: “la estrategia de acumulación de Google es darle [a los usuarios] acceso gratuito a servicios y plataformas, permitirles producir contenido y data, y acumular una gran cantidad de *prosumers* que son vendidos como un *commodity* a anunciantes” (2011).

5. Distintos aspectos en el debate sobre responsabilidad de intermediarios

Tanto los fenómenos de *tracking* y *profiling* como la *filter bubble* han suscitado opiniones críticas con respecto al rol de grandes empresas como Google y Facebook en la protección de derechos a la privacidad y a la libertad de circulación de información en la red. Con respecto a la retención y manejo de datos, Döpfner señala que la manera en la que opera Google no es transparente, ya que “no provee resultados de búsqueda según criterios cuantitativos claros, no da a conocer todos los cambios en los algoritmos, guarda las direcciones IP, no borra la cookies automáticamente después de cada sesión y guarda el comportamiento de los clientes aunque ellos no lo pidan” (2014).

En este sentido, desde un punto de vista artefactual, se ha exigido una toma mayor de responsabilidad a las empresas de Internet, argumentando que “(...) ‘algoritmo’ es tan sólo una palabra para describir una fórmula matemática escrita por humanos. En otras palabras, los algoritmos no son neutrales” (Fiegerman, citado en Rovira, 2016) y

²¹ Fuchs define el fenómeno de *prosumption* como “la progresiva desaparición del límite entre productor y consumidor” (Toffler citado por Fuchs, 2011).

por lo tanto estas empresas deberían estar sujetas a alguna especie de “responsabilidad editorial” (Egil Hansen, citado en Weaver, 2016).

El argumento más usado por quienes exigen este tipo de responsabilidad es que parte del poder que ha sumado tanto Facebook como Google se debe a que la mayoría de las personas accede a las noticias primero a través de estas empresas (Döpfner, 2014; Weaver, 2016). Citando al editor noruego, Egil Hansen: “Zuckerberg es de facto el editor más poderoso en el globo. (...) Hemos llegado al punto en que Facebook, controlando lo que le muestra a más de mil millones de personas cada día, ha sumado tanto poder editorial, que Zuckerberg debe reconocer su responsabilidad y formar parte de la discusión” (en Weaver 2016). Esta posición describe lo que Lessig define como el nivel regulatorio de los usos y prácticas (1998), ya que se trata de una costumbre ampliamente instalada (la de ver las noticias primero por Facebook o los resultados de Google) que afecta el modelo de negocio de los periódicos online, que tienen que ajustarse a esta práctica, teniendo que negociar con estas plataformas para conseguir “tráfico” y vistas en sus artículos publicados. Como Döpfner sostiene, “una gran proporción de medios periodísticos de alta calidad recibe su tráfico fundamentalmente vía Google” (2014).

También se debe tener en cuenta el nivel de la regulación económica. En este sentido, Döpfner define la posición de Google como monopólica (2014). Lo que el autor denomina como “abuso de posición dominante” ha despertado debates en la Unión Europea con respecto a una competencia desigual. Un ejemplo es la investigación abierta en 2016 contra la compañía por la imposición de restricciones a los fabricantes de dispositivos Android, a través de mecanismos y estrategias que significan “que el buscador de Google está preinstalado y configurado como predeterminado o exclusivo en la mayoría de los dispositivos Android que se venden en Europa”. Se trata de prácticas comerciales que “pueden provocar una mayor consolidación de la posición dominante de Google en los servicios de búsqueda en Internet, ya que perjudica a los consumidores y no se les ofrece libertad de elección” (citado en La Unión Europea abre investigación contra Google..., 2016).

El contra-argumento, sin embargo, tiene en cuenta cómo la intervención legal podría conducir a limitar aún más la libertad de expresión en Internet. En nuestra entrevista, Vladimir Chorny, investigador para la Red en Defensa de los Derechos Digitales, sostuvo:

Cuando uno habla de responsabilidad de intermediarios, [lo que] nos preocupa a nosotros, desde una óptica de derechos humanos, es que las exigencias sean tales que las empresas se conviertan en policías (...). Y que entonces, bajo el miedo de ser sancionados por responsabilidad editorial, [las empresas] empiecen a hacer otro tipo de acciones que limiten más la información (V. Chorny, comunicación personal, 25 de octubre de 2016).

Este punto de vista está en línea con lo trabajado por Álvarez Ugarte y Rabinovich (2013). Según los autores, existen casos en los que la jurisprudencia restrictiva sobre los intermediarios puede significar incentivos hacia una censura privada de las mismas empresas (2013: 120).

6. El papel de la vigilancia en el debate sobre responsabilidad de intermediarios

En el debate sobre las implicancias de este modo de operar que tienen Google o Facebook, Morozov sostiene que “la personalización no es mala per se: son los rastros de datos que deja en su estela lo que debiera preocuparnos” (2016). El autor propone como posible solución a “los miedos a la *filter bubble*” convertir en anónimos los datos para desarrollar unos mejores servicios personalizados sin comprometer la privacidad del usuario. Uno de los argumentos que el autor usa para esta propuesta está basado en las revelaciones sobre la recopilación de metadatos por parte de la National Security Agency de Estados Unidos (NSA) con la “tácita” cooperación de otros servicios de inteligencia y de operadores de telecomunicaciones y otros intermediarios de Internet (Morozov, 2016).

Los archivos filtrados por Edward Snowden revelaron que la agencia accedió a información sobre clientes de compañías de Internet tanto a través del programa PRISM, que garantizó el acceso “front-door” a los mismos, como por medio de un proceso aprobado secretamente por el poder judicial estadounidense. Éste último garantizó el acceso a datos sobre correos electrónicos, transferencias de audios y uso de redes sociales, entre otros metadatos, almacenados por nueve empresas, entre las que se encontraban Google, Microsoft y Yahoo (Committee on Legal Affairs and Human Rights, 2015).

Cuando se le preguntó a Natasha Lomas, reportera para el sitio de actualidad tecnológica TechCrunch, si opina que se puede decir que existe un cambio en la forma de responsabilizar a los intermediarios por el manejo de datos personales luego de

estas revelaciones, la reportera sostuvo que las mismas sin duda tuvieron un gran impacto:

La forma en la que estas empresas manejan los datos personales ya no solo significa temas de enriquecimiento versus empobrecimiento, porque el estado de vigilancia también hace uso de la data como fuente de inteligencia (...). Sin embargo, ninguna de estas empresas en cuestión ha reconocido públicamente (según mi entendimiento) cómo su data aporta al estado de vigilancia, quizás porque tienen un acuerdo legal de confidencialidad con el Estado. Esto hace que sea problemático para las mismas empresas reconocer responsabilidad legal (N. Lomas, comunicación vía correo electrónico, 27 de octubre de 2016).

Cuando se le preguntó a Vladimir Chorny la misma pregunta, el investigador sostuvo que sí y que:

Tanto Facebook como Google tienen un montón de poder, y las [agencias] de seguridad nacional se han dado cuenta de ello; (...) y que pidan informe de ciertos perfiles y de que pasen cierto tipo de información, o de que permitan ver ciertos mensajes (...) es hiper preocupante para los derechos de las personas; son cosas que no deberían de estar pasando (V. Chorny, comunicación personal, 25 de octubre de 2016).

Aun así, Chorny indicó que existen casos en los que este tipo de colaboración entre empresas y autoridades puede ser legítima, ya que en Latinoamérica “la mayoría de las leyes de telecomunicaciones tienen apartado de colaboración con la justicia, que tiene que ver principalmente con dos cosas. Una es con retención de datos y la otra es con todo lo que tiene que ver con bloqueo de contenidos y neutralidad de la red”. Para explicar la dificultad que existe en el debate de la regulación legal de esta responsabilidad de intermediarios, el investigador plantea los dos extremos.

La no regulación es uno de ellos, en la cual las empresas pueden hacer cualquier cosa, y eso no es deseable; y la hiperregulación también es otro extremo que tampoco es deseable, porque [que] todo lo que las autoridades, un ministerio público, un fiscal en el caso de Argentina, etcétera, le pidan [a las empresas] sin autorización judicial, [éstas] tengan que hacerlo, también está mal (V. Chorny, comunicación personal, 25 de octubre de 2016).

A modo de conclusión

Las implicancias de la selección y presentación de la información en los resultados de búsquedas a través de algoritmos, tanto en el caso de Google como de Facebook, han extendido el debate sobre la responsabilidad de dichos intermediarios en la circulación de información en Internet. En este trabajo se intentó analizar casos actuales que amplían el debate, desde la proposición teórica de que no sólo se debe tener en cuenta las limitaciones impuestas por la arquitectura, sino también los demás niveles propuestos por Lessig (1998).

En este sentido, se mencionaron aspectos del orden de lo artefactual, lo económico, los usos y prácticas y lo legislativo. En síntesis, se trataron a) las operaciones algorítmicas en los fenómenos de *profiling* y *filter bubble*; b) el modelo de negocios que enmarca las decisiones de Google y Facebook; c) los cambios en las costumbres de consumo de los usuarios y las adaptaciones que implican en las empresas de Internet y demás actores involucrados; y d) los intentos concretos de acciones legales llevadas a cabo y los posibles riesgos de una hiperregulación en este nivel.

Por último, interesaría seguir investigando sobre los efectos reales del fenómeno de *filter bubble* en la calidad de información a la que accede un usuario asiduo de Google y de Facebook teniendo en cuenta las definiciones de Siri sobre hiperinformación e hipoinformación (2011). Como señala la autora, “la aparente hiperinformación convive con lo que Herbert Schiller (1994) llamó ‘*data deprivation*’, o déficit de ‘información socialmente necesaria’ (...) Paralelamente, existe una ‘asimetría de información’” (Siri, 2011, p. 104). Para eso, sería necesario ver el rol que juegan los fenómenos explicados en este trabajo con la reproducción de un modelo en el que “la aparente actual sobreabundancia de información no se traduce linealmente en la llegada en tiempo y forma de la que es ‘socialmente necesaria’ y donde “la abundancia de información es selectiva” (Siri, 2011: 121, 122).

Referencias

- Álvarez Ugarte, R. y Rabinovich, E. (2013). Los intermediarios y los desafíos para la libertad de expresión en Internet. *Cuestión de derechos*, 4, 105-123. Recuperado de <http://www.cuestiondederechos.org.ar/pdf/numero4/Articulo-8.pdf>
- Committee on Legal Affairs and Human Rights (2015, marzo 18). Mass surveillance (Doc. 13734), Council of Europe's Parliamentary Assembly. En inglés. Recuperado de <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=21583>
- Döpfner, M. (2014). Carta abierta a Eric Shmidt. Traducción disponible en <http://tallerdedatos.com.ar/wp-content/uploads/2016/07/Dopfner-Google-Carta-abierta-a-eric-schmidt.pdf>
- Fuchs, C. (2011). A contribution to the critique of the political economy of Google. *Fast Capitalism*, 8 (1). En inglés. Recuperado de http://www.uta.edu/huma/agger/fastcapitalism/8_1/fuchs8_1
- Google Inc. (2016, junio 28). Privacy policy. En inglés. Recuperado de <https://www.google.com/policies/privacy/archive/20160325-20160628/>
- Kang, C. (2012, enero 24). Google tracks consumers' online activities across products, and users can't opt out. *The Washington Post*. En inglés. Recuperado de https://www.washingtonpost.com/business/technology/google-tracks-consumers-across-products-users-cant-opt-out/2012/01/24/gIQArgJHOQ_story.html?tid=a_inl
- La Unión Europea abre investigación contra Google por abuso de posición dominante. (2016, abril 20). *Revista Fibra*. Recuperado de <http://revistafibra.info/la-union-europea-abre-investigacion-google-abuso-posicion-dominante/>
- Lessig, L. (1998). Las leyes del ciberespacio. Conferencia en Taiwan Net '98, mimeo, Taipei, publicado en

<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm>

Lomas, N. (2016, octubre 5). Not OK, Google. TechCrunch. En inglés. Recuperado de <https://techcrunch.com/2016/10/05/not-ok-google/>

McCoogan, C. (2016, agosto 30). Facebook 'trending' featuring fake news hours after humans replaced with robots. The Telegraph. En inglés. Recuperado de <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/08/30/facebook-trending-featuring-fake-news-hours-after-humans-replace/>

Morozov, E. (2013, septiembre 30). Regular la batalla por la información. El País. Recuperado de http://elpais.com/elpais/2013/09/10/opinion/1378809537_719906.html

Pariser, E. (2011, marzo). Beware online “filter bubbles”. Conferencia TED2011. Mimeo traducido al español, recuperado de http://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles/transcript?language=en#t-392076

Rovira, E. (2016, septiembre 11). ¿Qué sabemos de la orientación política de Facebook? Beerderberg. Recuperado de <http://beerderberg.es/sabemos-la-orientacion-politica-facebook/>

Siri, Laura (2011) Entre la explosión informativa y la sombra digital, en L. Siri y G. Vázquez Villanueva (comps.) Casos Concretos. Comunicación, Información y Cultura en el siglo XXI, La Crujía, Buenos Aires, p. 103-124.

Swearingen, J. (2016, octubre 21). How to Get Google to Stop Personally Tracking You. Select all, The New York Magazine. En inglés. Recuperado de <http://nymag.com/selectall/2016/10/how-to-get-google-to-stop-personally-tracking-you.html>

Tsukuyama, H. (2012, enero 24). FAQ: Google's new privacy policy. The Washington Post. En inglés. Recuperado de https://www.washingtonpost.com/business/technology/faq-googles-new-privacy-policy/2012/01/24/gIQArw8GOQ_story.html

Weaver, M. (2016, septiembre 20). Norwegian editor challenges Zuckerberg to discuss censorship. The Guardian. En inglés. Recuperado de <https://www.theguardian.com/technology/2016/sep/20/norwegian-editor-challenges-zuckerberg-to-discuss-censorship>

Tecnologías de la información, ocupaciones cognitivas y movilidad social en la Ciudad de Buenos Aires

Kevin E. Klaric²²

Recibido: 09/08/2017; Aceptado: 8/09/2017

Resumen

El estudio se centra en las fortalezas y limitaciones teóricas y empíricas del concepto del trabajo cognitivo. Tiene como propósito identificar y evaluar críticamente los temas más recurrentes en torno al debate sobre el trabajo cognitivo. La revisión indica que las definiciones de trabajo del conocimiento abundan. Aunque el trabajo del conocimiento ha atraído al mundo académico durante varias décadas y el número de publicaciones en este área ha aumentado rápidamente en los últimos años, ha resultado difícil llegar a una definición clara y concisa de este término. Sin embargo, ciertos temas, como el uso de la tecnología de la información y la educación no formal e informal como parte integral del proceso de trabajo informativo, se han vuelto cada vez más comunes tanto en la literatura empírica como teórica. El estudio ayuda a allanar el camino para una investigación más detallada al proporcionar un perfil típico ideal del trabajo informativo, operacinalizar a la clase cognitiva y brindar información empírica sobre su configuración y sus procesos de movilidad intergeneracional en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Palabras clave: Capitalismo Cognitivo, Movilidad Social, Clase Cognitiva, Trabajo del Conocimiento.

Abstract

The study focuses on the theoretical and empirical strengths and limitations of the concept of knowledge work. Its purpose is to identify and critically evaluate the most recurrent themes around the debate on cognitive work. The review indicates that definitions of knowledge work abound. Although knowledge work has attracted scholarly minds for several decades and the number of publications in this area has rapidly increased in recent years, it has proved hard to come by a clear and concise definition of this term. However, certain themes, such as the use of information technology and the not formal and informal education as an integral part of the informational labour process, have become increasingly common to

²² Graduado de la carrera de Sociología en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. E-mail de contacto: sociologiaklaric@gmail.com.

both the empirical and the theoretical literature. The paper helps pave the way for more detailed research by providing an ideal-typical profile of informational labour, operationalize the cognitive class and present empirical information about its configuration and its intergenerational mobility in the Autonomous City of Buenos Aires.

Key words: Cognitive Capitalism, Social Mobility, Cognitive Class, Knowledge Work

Resumo

O estudo enfoca os pontos fortes e limitações teóricas e empíricas do conceito de trabalho cognitivo. Sua finalidade é identificar e avaliar criticamente as questões mais recorrentes em torno do debate sobre o trabalho cognitivo. A revisão indica que as definições de trabalho do conhecimento são abundantes. Embora o trabalho de conhecimento tenha atraído o mundo acadêmico por várias décadas e o número de publicações nessa área tenha aumentado rapidamente nos últimos anos, tem sido difícil chegar a uma definição clara e concisa desse termo. No entanto, certas questões, como o uso da tecnologia da informação e a educação não formal e informal como parte integrante do processo de trabalho informacional, tornaram-se cada vez mais comuns na literatura empírica e teórica. O estudo ajuda a abrir caminho para uma pesquisa mais detalhada, fornecendo um perfil ideal típico de trabalho informacional, operacionalizando a classe cognitiva e fornecendo informações empíricas sobre sua configuração e processos de mobilidade intergeracional na Cidade Autônoma de Buenos Aires.

Palavras-chave: Capitalismo Cognitivo, Mobilidade Social, Classe Cognitiva, Trabalho de Conhecimento.

1. Introducción

En 1973, en su controversial y aún influyente libro *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in a Social Forecasting*, Daniel Bell escribió que en los próximos cincuenta años seríamos testigos de lo que podría llamarse una “sociedad post-industrial”. Lo que Bell tenía en mente era una transformación profunda en la estructura de las sociedades modernas, derivada de la naturaleza cambiante de la economía y del papel decisivo del conocimiento en la delimitación de la innovación tecnológica y la orientación del cambio social. Cuatro décadas pasaron desde la famosa tesis de Bell, y aún existe un debate intenso en torno a la centralidad del conocimiento y las tecnologías de la información en las sociedades avanzadas.

Aquí considero un aspecto de este debate como mi punto de partida: el trabajo cognitivo, un concepto que fue abordado empíricamente por primera vez por el economista Fritz Machlup (1962) y fue popularizado por Peter Drucker (1969). Aunque el trabajo cognitivo llamó la atención del mundo académico durante varias décadas y el número de publicaciones en este campo aumentó rápidamente en los últimos años, todavía subsisten algunas fallas en la literatura contemporánea. Una de estas es la ausencia de un análisis orientado sociológicamente. Aunque la naturaleza cambiante de las empresas se encuentre en el corazón del fenómeno, el surgimiento del trabajo cognitivo no es sólo una cuestión económica: el trabajo cognitivo refleja una transformación social y cultural comparable a la revolución industrial.

En efecto, como Bell escribió hace más de cuatro décadas atrás, estamos viviendo en un mundo que depende cada vez más del conocimiento y la innovación tecnológica. Desde el punto de vista del trabajo y las organizaciones, estamos presenciando la emergencia de una economía hipercalificada, que tiene a los trabajadores cognitivos como su vanguardia. Es decir, se espera que el núcleo productivo de la fuerza de trabajo actual tenga cierto nivel educativo (formal o informal), capacidades en el manejo de la información, y experiencias prácticas en el uso de las nuevas tecnologías, para satisfacer las demandas cada vez más rigurosas del mercado de trabajo que caracteriza a la presente etapa del desarrollo capitalista. El motivo de mi análisis es entender y evaluar estos desarrollos.

2. Hipótesis y objetivos de trabajo

El trabajo a presentar se inserta dentro del campo de estudio de la estratificación y la movilidad social. Particularmente en el presente trabajo se buscará indagar el modo en que se configura la clase cognitiva (medida a partir del cambio en la estructura socio-ocupacional) en la Ciudad de Buenos Aires.

Los objetivos centrales del trabajo son cuatro: 1) Describir las distintas ocupaciones cognitivas, y el papel del conocimiento y las tecnologías de la información; 2) Operacionalizar el Modelo Abstracto de Yansen (2012) para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; 3) Analizar la composición y los procesos de movilidad social intergeneracional que presenta la denominada “clase cognitiva” en la Ciudad de Buenos Aires; 4) Analizar las tendencias de movilidad relativa que presenta la “clase cognitiva” para CABA.

El trabajo se compone de las siguientes secciones: en la primera sección, se realiza una crítica del sector terciario y se presenta el trabajo cognitivo. En la segunda sección, se comparan las dimensiones del CNO 2001 de la EPH con las empleadas para la operacionalización del Modelo Abstracto de Yansen. A continuación, se exponen los principales resultados que provienen del análisis de la estructura de clases, la movilidad absoluta y la movilidad relativa. Finalmente se resumen algunos de los hallazgos encontrados.

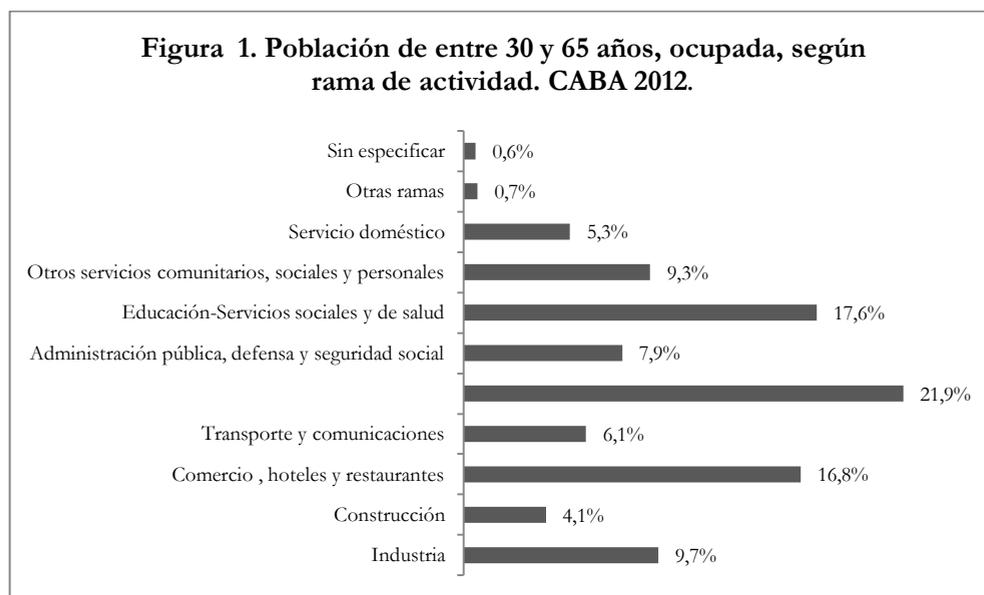
A partir de lo mencionado, se plantea la siguiente hipótesis de trabajo:

- Como han expuesto en sus trabajos empíricos Harley Shaiken, Maryellen Kelley, Larry Hirschhorn, Shoshana Zuboff, Paul Osterman y otros, cuanto más amplia y profunda es la difusión de la tecnología de la información avanzada en la ciudad, mayor es también la necesidad de trabajadores preparados, capaces y listos para programar y decidir secuencias enteras del trabajo. En este sentido, el supuesto es que las nuevas tecnologías de la información requieren una mayor libertad para que los trabajadores mejor informados realicen plenamente todo su potencial de productividad.
- La hipótesis de trabajo sostiene que aquellos individuos y grupos incapaces de adquirir la cualificación informacional podrían ser excluidos o devaluados como trabajadores. Aunque el potencial de las tecnologías de la información podrían proporcionar de forma simultánea una mayor productividad, mejores niveles de vida y mayor empleo, una vez que se aplican ciertas elecciones tecnológicas, las trayectorias tecnológicas quedan “encerradas” y la sociedad informacional podría convertirse al mismo tiempo (sin la necesidad tecnológica o histórica de serlo) en una sociedad dual.

3. La heterogeneidad del sector servicios

En los trabajos académicos, es usual indicar que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es una ciudad de servicios, por el hecho de que partes crecientes del empleo y el producto se originan en el llamado sector servicios o terciario. En efecto, esto se puede observar cuando se ve el origen del producto bruto porteño según rama de actividad en 2012

Figura 1. Población de entre 30 y 65 años, ocupada, según rama de actividad. CABA 2012.



Fuente: elaboración propia en base a Encuesta Anual de Hogares. Dirección General de Estadísticas y Censos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. N=1.094.960

Efectivamente, el Gráfico 1 muestra que el llamado sector servicios explica aproximadamente el 85% de la riqueza producida por CABA. Sin embargo, la magnitud del sector oculta una enorme heterogeneidad. De hecho, el tradicional sector servicios comprende los dos tipos de trabajo que caracterizan al capitalismo cognitivo o informacional: el trabajo cognitivo y el trabajo de baja productividad.

En consecuencia, el sector servicios, originado como una categoría residual (Castells, 2006) reúne todo lo denominado “inmaterial”. Por tanto, todo el trabajo cognitivo se inserta dentro del sector servicios. Consecuentemente, el desarrollo del sector servicios se utiliza para mensurar el nivel en que una sociedad es post-industrial o parte de la sociedad del conocimiento, informacional, etc. Esto no es totalmente cierto. “Es cierto que crece y se afianza un sector fundado en la producción y distribución de información digital: programadores, diseñadores, analistas de sistemas, operadores de call centers, etc” (Zukerfeld, 2010: 11).

No obstante, el sector servicios crece también por la expansión de actividades muy heterogéneas y de baja productividad, que requieren escaso capital y poca calificación (comercio minorista, servicios personales), y con la administración pública. Estas

actividades sirven, por lo general, de refugio para trabajadores industriales y empleados que han sido expulsados de los procesos productivos. La expansión del sector terciario no se vincula por lo tanto con el desarrollo del continuo industria-servicio y tiende a cumplir fundamentalmente un rol de sector-refugio. Es por ello que en estos casos suele hablarse de una terciarización no productiva.

Como sucede en los países desarrollados (por ejemplo, EE. UU., Canadá, Australia), la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ocupa aproximadamente el 85% de su población activa en comercio y servicios. Sin embargo, la coincidencia es sólo cuantitativa, ya que en la ciudad predomina un tipo de terciarización no productiva. Ello revela la poca utilidad de datos que, bajo una misma denominación, esconden realidades socio-productivas distintas, tanto entre países como al interior de cada uno de ellos.

Las transformaciones que se están produciendo en el sector y la heterogeneidad de situaciones socio-productivas que provoca su expansión son motivos por los cuales diversos autores (Machlup, 1962; Bell, 1976; Porat, 1977) ponen en cuestionamiento la validez de una clasificación sectorial que fue elaborada en una época en la que existía un cierto equilibrio entre los tres sectores.

4. Trabajo cognitivo

El planteamiento de este trabajo arranca del hecho de que en los últimos tiempos el factor cognitivo se ha convertido en un importante objeto de reflexión, análisis y controversia. Se habla de él desde un punto de vista económico (Boutang, 1999), sociológico (Rodríguez y Sanchez, 2000) o psicológico (Gleizes, 2000) y ha entrado en los debates sobre las clases sociales, el trabajo y la educación entre otros asuntos. Esta singularidad habilita a economistas como Vercellone y Fumagalli a hablar de la producción de conocimientos como el recurso que está en la base de un nuevo “sistema histórico de acumulación” sobre el que se despliega una división cognitiva del trabajo.

El aumento del contenido cognitivo sigue dos caminos complementarios. Un primer camino de transformación propiamente *simbólico*. En esta instancia se requiere considerar no sólo la producción de valores de uso más especializados, sino también el “valor de signo” (o imagen) que se encarna en los objetos materiales, y que le

otorgan una creciente capacidad de significación (Lash, 1997). Esta nueva intensidad de diseño de los productos implica que la producción no sólo está más penetrada de conocimientos, sino que se vuelve más cultural: “lo que está en juego no es una primacía novedosa del procesamiento de información, sino capacidades más genéricas de procesamiento de símbolos”, Lash y Urry (1998: 173).

Por otro lado, un camino propiamente *informacional*, ligado al carácter electrónico-informático de los nuevos medios de producción y de los bienes en que ese contenido se objetiva. Por su propia materialidad, el soporte electrónico-informático amplía radicalmente el potencial para almacenar, procesar y transmitir información, abriendo un nuevo espacio para la proliferación de objetos “cargados” de contenido informacional (Castells, 1999; Dabat, 2006). Más específicamente, el soporte electrónico-informático permite la proliferación de la información digital (ID), que tiene propiedades ontológicas diferentes de la información analógica. La información digital puede ser clonada con costos marginales tendientes a cero: la replicabilidad (Cafassi, 1998; Boutang, 1999; Rullani, 2000) y la perennidad (Zuckerfeld, 2010) son sus características distintivas. Estas características potencian las propiedades del conocimiento, el cual no se desgasta ni consume con su uso.

En el marco de estos grandes cambios que ocurren en el sistema productivo emerge la conceptualización sobre la clase cognitiva. Este trabajo no habla de clase cognitiva como clase económica en términos de posesión de propiedades físicas o medios de producción, tal como podría abordarse desde perspectivas marxianas o weberianas. La clase cognitiva no posee ni controla la propiedad de los medios de producción en el sentido físico. Por el contrario, sus propiedades proceden de sus propios recursos cognitivos aplicados durante el proceso productivo. Su delimitación está en proceso y viene dada por el tipo de trabajo que desarrollan sus miembros. De este modo, según su definición, la clase cognitiva tiene dos componentes: a) núcleo profesional: profesionales liberales, ingenieros, profesionales de la enseñanza, abogados y médicos; y b) núcleo informacional: programadores de *softwares*, productores de artes digitales, *data entry*, operadores de *call centers* y diseñadores.

Pero, ¿cuáles son las características del trabajo cognitivo? Según Reich (2007) y otros autores que destacan el aspecto simbólico, el trabajo cognitivo se define principalmente por su naturaleza, que es relativamente desestructurada y flexible. Tal como sugiere el autor, aferrarse a un cuerpo de conocimientos existente no es suficiente; se espera que un trabajador cognitivo utilice sus conocimientos creativamente. De acuerdo a la naturaleza del trabajo cognitivo por lo tanto la

categoría de la clase cognitiva incluye a los profesionales, pero no sólo a los profesionales tradicionales que han sabido dominar un campo particular de conocimiento (Fincham, 1996). Por ejemplo, los programadores de computadoras, aunque no se vinculan con las credenciales educativas como lo hacen los doctores, profesionales de la enseñanza o abogados, también pertenecen a la clase cognitiva.

Todo ello abre un espacio de debate y discusión en torno a la importancia de la educación y de las cualificaciones formales en el trabajo cognitivo. Según los autores que cuestionan la importancia de los estudios titulados en el trabajo cognitivo, lo que ocurre es todo lo contrario a lo que señalan los discursos sobre la “sociedad del conocimiento”. Para estos discursos, la presente etapa supone una mayor vinculación entre educación formal y trabajo cognitivo. En cambio, para los discursos sobre la “sociedad informacional”, en el trabajo cognitivo no tiene mayor importancia el corpus de conocimientos formales, sino la incorporación de saberes subjetivos - mediante cursos específicos, *learning by doing*, etc-. En este sentido, la capacitación en el interior de las empresas, el aprendizaje a través de Internet, y un amplio conjunto de formas de incorporación de saberes subjetivos pueden ser elementos valiosos para explicar la naturaleza del trabajo cognitivo.

Por otro lado, la masificación de las tecnologías de la información e Internet -y la digitalización en general- opera un fuerte cambio al interior del trabajo cognitivo. En efecto, una gran parte de los trabajadores profesionales de la etapa anterior pasan a constituir el estrato informacional. Según su definición, este núcleo está compuesto por “trabajadores que laboran con un bien informacional secundario -una pc, un Smartphone, laptop o similares- y cuyo principal *output* es un bien informacional -es decir que producen básicamente información-, pero, además, primario -es decir, un bien hecho puramente de información digital” (Zukerfeld, 2010). Dicha definición tiene un fuerte impacto en la naturaleza de estos trabajos (Dughera, Yansen y Zukerfeld, 2012). Finalmente, cabe señalar que a diferencia de los trabajadores profesionales de la etapa anterior, los trabajadores cognitivos, pero más específicamente, los trabajadores cognitivos del estrato informacional engrosan con mayor facilidad la categoría de los trabajadores por cuenta propia. Una de las razones que explican este cambio refiere al bajo costo del medio de producción por excelencia: la computadora. Pero, además, la infraestructura que requiere un trabajador informacional (espacio, energía, artefactos de otra índole como modems, teléfonos, etc.) es comparable o bien al propio espacio doméstico o bien a un espacio menos costoso en términos relativos.

¿Quién, entonces, es un trabajador cognitivo y quién no? Siguiendo esta línea de investigación, la clase cognitiva está compuesta por todos aquellos trabajadores asalariados o cuentapropistas cuyas tareas cumplan con tres criterios: 1) el uso de las tecnologías de la información (computador personal, teléfonos, etc); 2) el uso de saberes formales, informales o no formales sobre alguna materia específica; 3) y un diseño independiente de importantes aspectos del trabajo. A diferencia de las nociones clásicas, aquí se define al trabajo cognitivo a partir del uso de las tecnologías de la información, y no se considera la posesión de credenciales educativas como un criterio excluyente.

5. Diseño metodológico. Muestra, dimensiones y esquema de clases

5.1. Características de la muestra

Se parte de un abordaje metodológico cuantitativo utilizando como fuente de datos la *“Encuesta sobre movilidad social y opiniones sobre la sociedad actual”* del año 2012-2013 realizada a través del proyecto FONCYT *“Tendencias y transformaciones en la estructura social: El impacto de los procesos de movilidad social en los horizontes de consumo y la participación política. Un análisis de la Región Metropolitana de Buenos Aires. 2003 – 2011”*.

La muestra es de tipo probabilística estratificada proporcional y consta de 700 casos. El universo de análisis estuvo conformado por personas mayores a 30 años, ocupadas, que residían en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Lo que se busca con este rango es captar a individuos que, con mayor probabilidad, se encuentren en una etapa de madurez ocupacional, es decir, una edad en la que normalmente las personas ya han recorrido la mayor parte de su carrera ocupacional, o al menos están ingresando al período de consolidación laboral. La generación de hijos/as está comprendida por individuos nacidos entre el año 1933 y el año 1983. Por su parte, las encuestas de movilidad social generalmente recaban información sobre los orígenes sociales a partir de preguntas retrospectivas que se le realizan a los/las encuestados/as acerca de la posición del padre, madre o principal sostén del hogar cuando los mismos tenían alrededor de 16 años. De este modo, se cuenta con información sobre la posición socio-ocupacional de los orígenes para los años 1949 a 1999.

5.2. Las dimensiones del Modelo Abstracto en relación con el CNO de la EPH

El CNO (Clasificador Nacional de Ocupaciones) de la EPH intenta clasificar las ocupaciones, con el mayor grado de discriminación posible, con un doble objetivo: 1) hacer observable la división del trabajo en su nivel singular; 2) ordenar la información de tal manera que permita una mejor aproximación al estudio del perfil de la fuerza de trabajo en el país en un momento histórico dado.

La construcción del CNO está orientada de tal manera que permita visualizar tanto los perfiles ocupacionales característicos de las diversas áreas de la estructura económica en cuanto al carácter y la complejidad del trabajo que se lleva a cabo en las unidades productivas de dichas áreas, como las formas jerárquico-tecnológicas en que se organiza el trabajo en el interior de esas unidades. De modo que el CNO articula y desagrega sus grupos ocupacionales en función de dimensiones que orientan el reconocimiento de la división singular del trabajo en la esfera pública, privada o mixta, cualquiera sea el tamaño del establecimiento o su forma jurídica u organizacional.

Las dimensiones ocupacionales seleccionadas refieren a los dos elementos básicos constitutivos del trabajo: el proceso de trabajo y su resultado (u objeto producido). De este modo, las cuatro dimensiones clasificatorias consideradas por el CNO 2001 son: 1) *el carácter*; 2) *la jerarquía*; 3) *la tecnología* y 4) *la calificación*. La secuencia establecida entre ellas en la conformación de los grupos, expresa la mejor resolución encontrada para combinar los aspectos teórico-conceptuales y operativos relativos a la medición de las ocupaciones.

Si bien se considera que estas dimensiones son las más significativas para la configuración de un instrumento clasificatorio con fines estadísticos, existen ciertas diferencias entre las dimensiones del CNO y las empleadas para la construcción del Modelo Abstracto (MA). A continuación, se exponen dichas diferencias, analizando críticamente cada una de las dimensiones.

5.2.1. Carácter ocupacional

Esta dimensión permite reconocer el tipo de objeto o producto generado por el proceso de trabajo específico desarrollado por las personas, a través de un conjunto particular de tareas o acciones concretas. El CNO distingue genéricamente dos

grandes categorías de objetos o productos del trabajo. Por un lado, los comúnmente denominados “bienes”, que son los que adquieren una entidad materialmente nueva, separada y distinta del proceso de trabajo que lo genera (maquinarias o equipos, alimentos, libros, muebles, piezas de metal o plástico, edificios, etc); por otro, los comúnmente denominados “servicios”, que son aquellos que no se pueden diferenciar o separar del proceso de trabajo que los genera (salud, vigilancia, etc.).

Sin embargo, esta dimensión del CNO arrastra un conjunto de dificultades devenidas de mezclar en él la producción de bienes informacionales y la de servicios. Como señalan varios autores (Hill, 1999; Castells, 1997) los bienes informacionales no comparten ningún atributo con los servicios y tienen todas las características de los bienes –pueden circular independientemente de este momento, y pueden asignarse derechos de propiedad sobre ellos–. No obstante, como señala Zukerfeld (2011), se trata de bienes con propiedades económicas, regulaciones legales y procesos productivos que los distinguen de los bienes agropecuarios o industriales. En consecuencia, aquí se añade una categoría nueva, definiendo a los bienes informacionales como “aquellos bienes obtenidos en procesos cuya función de producción está signada por un importante peso relativo de los gastos (en capital o trabajo) en la generación de o el acceso a la información digital” (Perrone y Zukerfeld, 2007: 45).

En efecto, en este trabajo se distinguen genéricamente tres grandes categorías de objetos o productos del trabajo. Por un lado, los denominados “bienes no informacionales”, que son aquellos entes que adquieren una entidad materialmente nueva, separada y distinta del proceso de trabajo que lo genera y no están hechos de información digital; por otro, los comúnmente denominados “servicios”. Por último, los “bienes informacionales primarios”, que son aquellos entes hechos puramente hechos de bites: textos, programas de computadoras, comunicaciones digitales, audio, imágenes, etc.

5.2.2. Jerarquía ocupacional

Esta dimensión permite reconocer la existencia de formas jerárquico-organizativas de los procesos de trabajo y se establece a partir de la existencia de líneas de mando que hacen visible la posición de cada ocupación en el ordenamiento interno de las unidades productivas.

Si bien los trabajadores independientes se encuentran por fuera de las relaciones jerárquicas, por no trabajar en relación de dependencia ni tener personal a cargo, a efectos de su clasificación dentro de esta dimensión aparecen como Ocupaciones independientes o cuentapropistas. La dimensión del CNO consta entonces de cuatro categorías: 1) *ocupaciones de dirección*; 2) *ocupaciones de jefatura*; 3) *ocupaciones de ejecución directa*; 4) *ocupaciones independientes*.

Una de las dificultades de la dimensión del CNO es que emplea categorías que son bastante más apropiadas para el análisis de estructuras estáticas que el de los procesos de cambio estructural. Como señalan varios autores neomarxistas y neoweberianos (Wright, 1979; Erikson & Goldthorpe, 1992), para lograr una aproximación teórica y empírica más precisa hacia el estudio del cambio estructural, es preferible dar cuenta de la dinámica y de las relaciones entre posiciones ocupacionales, ya que cada ocupación en el ordenamiento interno de las unidades productivas tiene un carácter relacional, esto es, un carácter contradictorio e inherentemente conflictivo (Dahrendorf, 1979; Giddens, 1979, 1985).

Entre los autores que adhieren al enfoque relacional, existe un acuerdo considerable respecto de la necesidad de atender al acceso a los recursos productivos a la hora de categorizar la jerarquía ocupacional. En consecuencia, es coherente definir las jerarquías ocupacionales en base a su relación de acceso con los recursos productivos en el proceso de producción. De esta manera, se da lugar a dos grandes grupos: uno conformado por aquellos que obtienen sus ingresos vendiendo su trabajo y el otro, por aquellos que lo hacen en base a la propiedad física y/o intelectual.

Por lo tanto, esta dimensión del MA permite distinguir, por un lado, a dos grupos complementarios y asimétricos, el de los Empleadores y el de los Asalariados, que se diferencian básicamente por el origen de sus rentas (ganancia y salario). Por otro, se diferencian otros dos grupos: los trabajadores por cuenta propia o trabajadores independientes y los trabajadores familiares no remunerados (los que usualmente trabajan para una cuenta propia, pudiendo hacerlo también para un empleador, aunque sin percibir un salario).

5.2.3. Tecnología ocupacional

Esta dimensión se establece a partir de la existencia de formas técnico-organizativas del trabajo, en cuyo contenido se revela la instalación, utilización y mantenimiento de maquinaria y equipos, la investigación y desarrollo de productos y procesos.

Se considera que, en las últimas décadas, con el uso de maquinarias y equipos en reemplazo de herramientas simples y la profunda segmentación de los procesos de trabajo, emergieron nuevas necesidades de orden tecnológico-productivo, que dieron lugar a una gama de trabajos concretos que participan auxiliando a la producción de bienes o servicios y creando las condiciones tecnológico-organizativas de su funcionamiento. En este sentido, las cuatro categorías de trabajo que reconoce el CNO son: 1) *ocupaciones sin operación de maquinaria, equipos y sistemas*; 2) *ocupaciones con operación de maquinaria, equipos o sistemas electromecánicos*; 3) *ocupaciones con operación de equipos y/o sistemas informatizados*; 4) *ocupaciones del desarrollo tecnológico, la instalación y la reparación de maquinaria y/o equipos*.

Uno de los obstáculos de esta dimensión del CNO es que no incorpora la noción de tecnologías de la información. La categoría que más se aproxima a esta noción es la que concierne a los equipos y sistemas informatizados. Sin embargo, los equipos y sistemas informatizados coinciden sólo con uno de los tipos de tecnologías de la información. En efecto, dicha categoría comprende a las ocupaciones que operan con tecnologías de la información digital, pero excluye a todas aquellas ocupaciones que operan con tecnologías de la información analógica (por ejemplo, todas las ocupaciones con operación de teléfonos analógicos). En consecuencia, parece lógico plantear una categoría nueva que incluya a todos los trabajos que operan con tecnologías de la información, definiendo a las tecnologías de la información como aquellas que “almacenan, procesan, reproducen, transmiten o convierten información” (Perrone y Zukerfeld, 2007: 45).

En efecto, la dimensión para la construcción del MA se compone de cuatro categorías: 1) *ocupaciones sin operación de maquinaria, equipos y sistemas*; 2) *ocupaciones con operación de maquinaria equipos o sistemas electromecánicos*; 3) *ocupaciones con operación de tecnologías de la información*; 4) *ocupaciones del desarrollo tecnológico, la instalación y la reparación de maquinaria y/o equipos*.

5.2.4. Calificación ocupacional

Esta dimensión da cuenta de la complejidad de los procesos de trabajo. Se reconoce a partir de la relación que se da en cada caso entre las actividades o acciones desarrolladas, los instrumentos utilizados y los objetos de trabajo o materias primas. Se trata de una característica objetiva de ese proceso que determina los conocimientos y habilidades requeridos a las personas que lo ejercen y que por ende, “califica” el grado de complejidad de las ocupaciones y no de las personas. En este sentido, la dimensión del CNO se desagrega en cuatro categorías cuyas definiciones son las siguientes: 1) *ocupaciones de calificación profesional*; 2) *ocupaciones de calificación técnica*; 3) *ocupaciones de calificación operativa*; 4) *ocupaciones no calificadas*.

Si bien las categorías empleadas por el CNO 2001 resultan útiles para calificar el grado de complejidad de las tareas, éstas además pueden emplearse para analizar una de las características menos estudiadas de la sociedad informacional: su estructura social cada vez más polarizada, en la que el vértice y la base aumentan su cuota a expensas de la parte media (Castells, 1997). Naturalmente, en el vértice se ubican las ocupaciones cognitivas, esto es, ocupaciones profesionales, técnicas y una porción de las ocupaciones ejecutivas, mientras que en la base se encuentran las ocupaciones no calificadas del sector servicios e industrial.

5.3. Esquema de clases sociales: la adaptación del Modelo Abstracto

Para estudiar cuantitativamente el concepto de clase cognitiva, es decir, para poder medir el fenómeno, es necesaria su operacionalización. Ahora bien, como este trabajo se propone estudiar los procesos de movilidad hacia y desde la clase cognitiva, se hace necesario definir y operacionalizar a las otras clases existentes en el sistema de estratificación social del cual se parte. De esta forma, de lo que se trata es de elaborar un esquema de clasificación, que permita estratificar a la población estudiada en diferentes clases. Si bien internacionalmente pueden hallarse diferentes escalas y esquemas distinguidos en función de su raigambre teórica y la naturaleza de aquello que pretenden analizar, en este trabajo, debido a la especificidad de la problemática a estudiar, se partirá de la propuesta de Yansen.

Figura 2. Esquema de clases adaptado según Yansen

Clases		Ocupaciones
Clase Cognitiva*	Núcleo informacional**	Analistas de sistemas, desarrolladores de softwares, desarrolladores Web y multimedia, data entry, operadores de <i>call centers</i>
	Núcleo profesional	Profesionales científicos e intelectuales, ingenieros, arquitectos, profesionales de la enseñanza, abogados y médicos
Capitalistas***		-
Trabajadores materiales		Vendedores****, oficiales, operarios de la construcción, operarios de la metalurgia, artesanos, ensambladores
Trabajadores excluidos		Limpiadores y asistentes domésticos, limpiadores de vehículos, peones de la construcción

*Debido al interés que presenta la clase cognitiva, se ha optado por trabajar con el estrato profesional y estrato informacional por separado.

**A causa de que los trabajadores informacionales engrosan con mucha más facilidad la categoría de los trabajadores por cuenta propia, se ha resuelto incorporar a los trabajadores independientes que operan con tecnologías de la información en el núcleo informacional.

***Por una cuestión de economía de datos, se ha colapsado la categoría “capitalistas” con todas las clases que obtienen sus ingresos en base a alguna forma de propiedad.

**** Si bien los economistas *mainstream* y la OCDE suelen incluir a los vendedores dentro del grupo de los trabajadores del conocimiento, éstos realizan actividades que no tienen nada en común con las tareas de los trabajadores cognitivos. Apartando a los vendedores de la clase cognitiva, se ha priorizado la construcción de un esquema de clases que profundiza en las especificidades del trabajo cognitivo y la presente etapa.

Fuente: elaboración propia en base a Yansen (2012).

6. Resultados

6.1. Configuración de la estructura de clases

Una vez definida la herramienta de medición empírica es posible caracterizar la configuración de la estructura de clases de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, haciendo énfasis especialmente en la clase cognitiva. En este sentido, considerando a la misma a partir de sus estratos constituyentes, puede verse en el cuadro 1 como se distribuye la población ocupada mayor de 30 años en función a su posición social.

Cuadro 1. Distribución de la población según clases sociales

Clases		Freq.	Porcentaje	Porcentaje según clase
Clase Cognitiva	Núcleo profesional	142	20,3	45,8
	Núcleo informacional	168	24	54,2
Capitalistas		141	20,1	-
Trabajadores industriales		140	20	-
Trabajadores excluidos		109	15,6	-

Fuente: encuesta FONCYT 2012 -2013 (N= 700).

En primer lugar, como puede observarse, la clase cognitiva en su totalidad alcanza un 44,3% de la población en estudio, superando la proporción de la clase de trabajadores industriales, lo que evidencia el hecho de que la Ciudad de Buenos Aires se configura como una ciudad basada en el uso intensivo de las tecnologías de la información y el conocimiento.

Por otro lado, cuando se analiza la composición interna de la clase cognitiva, se encuentra que el núcleo informacional es el que adquiere mayor participación relativa en la misma (implica un 54,2% del total de la población encuestada), mientras que el grupo de profesionales tiene una participación algo menor (45,8%).

Luego de esta primera caracterización de la especificidad que adquiere la clase cognitiva en la estructura de clases de la ciudad, es relevante analizar cómo la misma se configura a partir de dos aspectos centrales: el sexo y la estructura etaria (ver cuadro 2 y 3).

Cuadro 2. Clases sociales según sexo

Clases	Varón	Mujer	Total
Informacionales	81 (%23,5)	87 (%24,5)	168 (%24)
Profesionales	48 (%13,9)	94 (%26,5)	142 (%20,3)
Total clase cognitiva	129 (%37,4)	181 (%50,9)	310 (%44,3)
Capitalistas	70 (%20,3)	71 (%20)	141 (%20,1)
Trabajadores industriales	90 (%26,1)	50 (%14,1)	140 (%20)
Trabajadores excluidos	56 (%16,2)	53 (%14,9)	109 (%15,6)
Total	345 (%100)	355 (%100)	700 (%100)

Fuente: encuesta FONCYT 2012-2013 (N= 700).

Cuadro 3. Clases sociales según grupo etario

Clases	<=36	37-45	46-53	54+	Total
Informacionales	29,3	22,7	17,5	25,9	24
Profesionales	19,9	20	23,8	17,8	20,3
Total clase cognitiva	49,2	42,7	41,3	43,7	44,3
Capitalistas	13,9	18,9	26,3	22,4	20,1
Trabajadores industriales	26,5	20	15	17,8	20
Trabajadores excluidos	10,5	18,4	17,5	16,1	15,6
Total	100	100	100	100	100

Fuente: encuesta FONCYT 2012-2013 (N= 700).

Quando se analizan las distribuciones según sexo, las mujeres aparecen liderando la participación en los estratos cognitivos, principalmente en el núcleo profesional (26% vs 13,9%). En el caso de los trabajadores informacionales, la participación de varones y mujeres es semejante (23,5% vs. 24,5%). La mayor incidencia del sexo femenino en las ocupaciones profesionales puede explicarse por el mayor nivel educativo que presentan las mujeres, condición obligatoria para ocupar principalmente los puestos de trabajo que componen al núcleo profesional (ciencias básicas y aplicadas, arquitectura, enseñanza, etc.).²³ Por el contrario, en el caso de los trabajadores informacionales, la participación proporcionada de varones y

²³ El Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas, realizado en el año 2010, arroja que para la Ciudad de Buenos Aires, el 63% de aquellos/as que acceden al sistema superior no universitario, el 53% de aquellos/as que acceden al sistema universitario y el 52% de aquellos/as que acceden al sistema postuniversitario son mujeres.

mujeres puede deberse a las limitaciones que tienen las titulaciones formales en el trabajo informacional.

Al analizar la vinculación entre la estructura de clases y la estructura etaria, puede notarse que tanto la clase cognitiva como la clase de los trabajadores industriales agrupan a la población de menor edad. Mientras que en el núcleo profesional la población más joven adquiere menor proporción, en el núcleo informacional (menores de 37 años) la población adquiere una mayor representación (29,3 vs.19,9). Esto puede deberse a que las generaciones más jóvenes tienen un mejor dominio de las tecnologías de la información. Este dominio se combina con el tipo de subjetividad productiva que desarrollan los jóvenes. Las generaciones más jóvenes, en efecto, podrían estar mejor preparadas para manejar las tecnologías de la información y, a su vez, para lidiar con numerosos estímulos superficiales, efímeros y simultáneos.

6.2. Análisis de la movilidad absoluta

Ahora bien, una vez caracterizada la estructura de clases, haciendo hincapié en las particularidades que asume la clase cognitiva, puede pasarse al análisis de la movilidad social intergeneracional. La movilidad social intergeneracional trata de los ascensos y descensos en la escala ocupacional que se dan entre el principal sostén de hogar (origen) e hijos (destino). Específicamente, en este caso se estudia comparando la posición del principal sostén de hogar (según las ocupaciones) con la de sus hijos.

Por su parte, la movilidad social absoluta representa el nivel en que los miembros de una sociedad han conseguido ascender, descender o permanecer inmóviles con respecto a la clase social de su principal sostén de hogar (PSH) en su conjunto. En el caso de que la posición social del PSH y del hijo sea similar, se denominan posiciones inmóviles o herencia. Si no es la misma, constituyen posiciones móviles. Éstas pueden ser de dos tipos: ascendentes, cuando la clase social del hijo es más elevada que la de su PSH, o descendente, cuando la clase social del hijo es más baja que la del PSH.

En primer lugar, se abordará el análisis de la movilidad absoluta y, en este sentido, puede realizarse la lectura de dos aspectos distintos que los cuadros 4 y 5 arrojan: los porcentajes de salida (filas) y los de entrada (columnas). Los porcentajes de entrada (inflow) representan el porcentaje de personas con un mismo destino que procede de distintas posiciones de origen. Es decir, son los porcentajes que totalizan cien en cada

columna. Por el contrario, los porcentajes de salida (outflow) refieren al porcentaje de personas de un mismo origen que terminan en cada una de las distintas posiciones de destino (el marginal de cada fila totaliza cien).

Cuadro 4. Tabla movilidad social absoluta. Clase cognitiva desagregada. CABA. 2012.

Clase del principal sostén de hogar (PSH)		Clase encuestado/a				
		Clase Capitalista	Clase Cognitiva	Industriales	Excluidos	Total
Clase Capitalista	% fila	24,1	50,6	14,1	11,2	100
	%columna	29,1	27,7	17,1	17,4	24,3
Clase Cognitiva	% fila	17,8	61,2	12,3	8,7	100
	%columna	27,7	43,2	19,3	17,4	31,3
Industriales	% fila	20,1	33,1	32	14,8	100
	%columna	24,1	18,1	38,6	22,9	24,1
Excluidos	% fila	19,1	23,9	24,6	32,4	100
	%columna	19,1	11,0	25,0	42,2	20,3
Total	% fila	20,1	44,3	20	15,6	100
	%columna	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia en base Encuesta FONCYT 2012-2013 (N=700).

Cuadro 5. Tabla de movilidad social. Clase cognitiva desagregada. CABA. 2012.

Clase del PSH		Clase del encuestado/a					
		Capitalista	Prof.	Inform.	Industrial	Excluidos	Total
Capitalista	% fila	29,1	12,8	14,9	24,1	19,1	100
	%column	24,1	18,4	17,4	20,1	19	20,1
Profesional	% fila	28,9	29,6	22,5	11,3	7,7	100
	%column	24,1	42,9	26,4	9,5	7,7	20,3
Informacional	% fila	26,8	14,3	21,4	23,8	13,7	100
	%column	26,5	24,5	29,8	23,7	16,2	24
Industriales	% fila	17,1	7,1	12,1	38,6	25	100
	%column	14,1	10,2	14	32	24,6	20
Excluidos	% fila	17,4	3,7	13,8	22,9	42,2	100
	%column	11,2	4,1	12,4	14,8	32,4	100
Total	%fila	24,3	14	17,3	24,1	20,3	100
	%column	100	100	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia en base Encuesta FONCYT 2012-2013 (N=700).

El primero de estos porcentajes (fila) permite conocer cuál es la proporción de individuos que heredan o se mueven de su posición social de origen. La diagonal central que se dibuja en el cuadro representa a los espacios de reproducción social. En este caso, la clase cognitiva se erige como aquella que presenta un mayor nivel de herencia, ya que un 61,2% de los individuos que provienen de dicha clase se mantiene intergeneracionalmente en la misma. Particularizando el análisis en la clase cognitiva en su modalidad desagregada (cuadro 5), el núcleo profesional se conforma como el espacio de mayor reproducción social, ya que el 29,6% de aquellos/as que provienen de dicho origen heredan la posición. Si bien las posibilidades de descenso son menores a las de reproducción, el descenso hacia el núcleo informacional se convierte

en un destino de movilidad probable (un 22,5% desciende hacia dicha clase). Por su lado, los individuos que provienen del estrato de informacionales tienen mayores probabilidades de descender intergeneracionalmente a la clase de los industriales que de reproducir su posición originaria. Dichos porcentajes de movilidad, estarían remarcando una diferencia en las probabilidades que tienen los principales sostenes de los hogares (orígenes) de “enviar” o “mantener” a sus hijos en la clase cognitiva según el estrato del que provengan.

La otra forma de abordar las tablas de movilidad es a partir de los porcentajes de entrada o por columna, es decir, preguntándose por el nivel de auto-reclutamiento o composición de clase. De este modo, la clase cognitiva, lejos de ser un espacio de cierre social absoluto, muestra una composición según origen social heterogénea: si bien un 43,2% de los individuos que se posiciona en dicha clase en 2012-2013 provienen del mismo origen “cognitivo”, un 27,7% proviene de la clase capitalista y un 18,1% de la clase trabajadora industrial. Menor incidencia tienen aquellos/as que provienen de la clase de los excluidos, que sólo representan a un 11% de los individuos que conforman la clase cognitiva. Al analizar la composición de los estratos que conforman a la clase cognitiva, se evidencia que los profesionales tienen un mayor poder de auto-reclutamiento que aquellos/as pertenecientes al núcleo informacional (42,9% vs 29,8%).

Finalmente, el presente estudio sobre la movilidad social en la clase cognitiva puede completarse a través del análisis de la movilidad relativa, que intenta aislar el efecto producido por los cambios en los marginales de destino y origen de la tabla, es decir, por el cambio en el tamaño de las clases que puede estar vinculado a procesos demográficos, transformaciones económicas, etc. Para llevar adelante dicha tarea se utilizó la medida estadística de “odds ratio” (razones de momios) que compara, por ejemplo, la probabilidad de que alguien con orígenes en la clase cognitiva pertenezca a dicha clase en vez de a la clase trabajadora industrial versus la probabilidad de que alguien con orígenes la clase trabajadora industrial pertenezca a la clase cognitiva en lugar de su clase de origen. Como puede observarse es una razón de razones, ya que los momios son una razón entre la probabilidad de que un evento ocurra versus la probabilidad de que el mismo no ocurra. De esta forma, las razones de momios pueden tomar cualquier valor positivo, desde cero a infinito, significando un valor mayor a 1 que los momios de éxito son mayores en el grupo de contraste que en el de referencia, y viceversa cuando el valor es menor a 1. En los cuadros 6 y 7, se presentan las razones de momios calculadas, teniendo como grupos de contraste, en el

primer caso, a la clase cognitiva en su totalidad y, en el segundo caso, al núcleo profesional.

Cuadro 6. Razones de momios de acceso a la clase cognitiva

Clases	Razones de momios
Clase cognitiva	1
Trabajadores industriales	0,20
Trabajadores excluidos	0,14

Fuente: encuesta FONCYT 2012-2013 (N=700)

Cuadro 7. Razones de momios de acceso al núcleo profesional

Clases	Razones de momios
Núcleo profesional	1
Núcleo informacional	0,58
Trabajadores industriales	0,24
Trabajadores excluidos	0,10

Fuente: encuesta FONCYT 2012-2013 (N=700)

Las razones de momios permiten reforzar el argumento planteado anteriormente de que son los estratos que se ubican más próximos a la élite los que poseen mayores oportunidades relativas de acceder a dicha clase. Particularmente, observando a la clase cognitiva y a la clase de los trabajadores industriales (tabla 6), puede advertirse que las chances relativas de acceso al estrato superior son 5 veces más altas para los

individuos con orígenes en la clase cognitiva que para los individuos con orígenes en la clase industrial.

Por otra parte, el análisis de la movilidad relativa permite afirmar que el pasaje de posiciones informacionales a posiciones profesionales no está condicionado por una barrera. Como puede observarse en la tabla 7, son los trabajadores informacionales los que mayor chances poseen de alcanzar el estrato profesional. Por el contrario, sí existe una barrera que frena el acceso de los trabajadores industriales y excluidos a posiciones profesionales, es decir, que dificulta la movilidad de largo alcance. En efecto, las chances relativas de acceso al estrato profesional son 4 veces más altas para los individuos con orígenes en dicho estrato que para los individuos con origen en la clase de los trabajadores industriales. Por último, las chances relativas de acceso al estrato profesional son 10 veces más altas para los individuos con orígenes en el estrato profesional que para los individuos con origen en la clase de los trabajadores excluidos.

Conclusiones

El progreso tecnológico se vislumbra de manera nítida en las ciudades. Para poder desarrollarse requiere, por un lado, de la eficiencia de los sistemas técnicos y su extensión a través de la innovación y por otro, capital humano, creatividad y conocimientos técnicos y científicos. En el mundo, la innovación tecnológica y los conocimientos tienen una influencia cada vez más importante. En este caso, me centré en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Y me fijé sobre todo en la composición y los procesos de movilidad social de los trabajadores cognitivos.

En este sentido, en primer lugar, problematicé en torno a la heterogeneidad del sector servicios. En segundo lugar, definí el trabajo cognitivo, considerando las transformaciones que se produjeron a partir del avance de las tecnologías de la información y de la educación informal. En tercer lugar, expuse las similitudes y diferencias entre las dimensiones del CNO 2001 de la EPH y las utilizadas para la operacionalización del Modelo Abstracto. En cuarto y último lugar, analicé la composición de la clase cognitiva, y sus principales patrones de movilidad absoluta y relativa.

Con respecto al cuarto punto, al observar la estructura de clases, se destaca que las ocupaciones cognitivas adquieren un peso y carácter central en su

configuración. Internamente, el núcleo informacional es el que adquiere levemente mayores proporciones. Con respecto al sexo, las mujeres son las que ocupan en mayor medida las posiciones profesionales, en tanto que ambos sexos adquieren un peso similar en el núcleo informacional. En términos etarios, mientras que la población que va desde los 46 a los 53 años se ubica en mayor medida en el núcleo profesional, los menores de 37 años adquieren mayor importancia en el estrato informacional.

El análisis de la movilidad intergeneracional absoluta permitió explicar que la clase cognitiva se caracteriza por presentar una alta herencia, es decir, que un número importante de los descendientes de dicha clase mantienen intergeneracionalmente su posición de origen, sustentado particularmente a partir de prácticas de cierre social y estrategias de reproducción (Parkin, 1972). Sin embargo, al observar la composición interna de dicha clase, se descubre que la misma es heterogénea, y que individuos con orígenes en las otras clases (principalmente en la clase de los trabajadores industriales) han accedido principalmente al núcleo informacional.

Ahora bien, al analizar los resultados en términos relativos, es decir, aislando todo efecto producido por el cambio estructural y que se manifiesta en una transformación en el tamaño de las clases, las probabilidades de acceder a la clase cognitiva disminuyen drásticamente a medida que se desciende en la estratificación, aún más si se considera el acceso al núcleo profesional.

Referencias

- Bell, Daniel (1973). *The Coming of Post-Industrial Society. A venture in Social Forecasting*. New York, Basic Books.
- _____ (1976). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza
- Boutang, Yann Moulier (1999). *Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo*. En Rodríguez, Emanuel y Sánchez, Raúl (comp.)
- Cafassi, Emilio (1998). *Bits, moléculas y mercancías en Finquelievich y Schiavo* (compiladoras). La ciudad y sus TICs: tecnologías de información y Comunicación, Universidad Nacional de Quilmes, Bs. As.

Castells, M. (1997). *La era de la información, t. I, II y III*. México, Siglo XXI.

_____ (1999) *La era de la información. Volumen I: La sociedad red*. Siglo XXI editores. México.

Dabat, A. (2006). *Capitalismo informático y capitalismo industrial. Acercamiento al perfil histórico del nuevo capitalismo*. Economía Informa, núm. 338. UNAM, México.

Dahrendorf, R. (1979) *Las clases sociales y sus conflictos en la sociedad industrial*. Madrid: Rialp.

Drucker, Peter F. (1969). *The Age of Discontinuity. Guidelines to Our Changing Society*. London, Heinemann.

Dughera, Lucila; Yansen, Guillermina y Zukerfeld, Mariano (2012). *Gente con códigos* (Buenos Aires: Universidad Maimónides).

Erikson, R. and Goldthorpe, J. H. (1992). *The Constant Flux: A Study of Class Mobility in Industrial Societies*. Oxford: Clarendon Press.

Fichman, Robin Ed. (1996). *New relationships in the organised professions. Managers, Professionals and Knowledge Workers*. Aldershot, Avebury.

Fumagalli, A. (2010). *Bioeconomía y Capitalismo Cognitivo*. Edición Traficantes de Sueños, Madrid.

Glass, D., y Hall, J. R. (1954). *Social Mobility in Great Britain: A Study in Intergenerational Change in Status*. Social Mobility in Great Britain. Routledge and Kegan Paul.

Gleizes, Jérôme (2000). *Le Capital Human 2. Nouvelle économie politique*. París, Francia.

Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory. Action, Structure and Contradiction in Social Analysis*. University of California, Los Angeles.

_____ (1985). *The nation-state and violence. Volume two of a contemporary critique of historical materialism*. Londres: Polity Press.

_____ (1989). *La estructura de clases en las sociedades avanzadas*, Madrid, Alianza Editorial.

- Goldthorpe, J. H. (1980). *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. Oxford: Clarendon Press.
- _____ (2002). *Globalization and social class*, West European Politics, 25 (3).
- Harvey, David (1979). *Urbanismo y desigualdad social*. Siglo XXI Edit., México
- Hill, Peter (1999). *Tangibles, Intangibles and Services: A New Taxonomy for the Classification of Output*. The Canadian Journal of economics, 32 (2), 426-446.
- Hirschhorn, Larry (1984). *Beyond Mechanization: Work and Technology in a Postindustrial Age*. Cambridge, Mass., MIT Press.
- Indec. (2003). *¿Qué es el gran Buenos Aires?* Inst. Nac. Estadística y Censos, Buenos Aires.
- Jordi Borja y Manuel Castells (1997). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*, Madrid: Taurus.
- Lash, S. (1997). *Sociología del posmodernismo*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Lash, S. y Urry, J. (1998): *Economías de signo y espacio*. Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Lipset, S. y Bendix, R. (1959). *Social Mobility in Industrial Society*. Berkeley: University of California Press.
- Machlup, Fritz (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton, N.J., Princeton University Press.
- Nun, J., Murmis, M., y Marín, J. C. (1968). *La marginalidad en América Latina: informe preliminar*. Instituto Torcuato Di Tella, Centro de Investigaciones Sociales.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (1988). *Technological Change, Work Organization and Pay: Lessons from Asia*. Ginebra, ILO Labor_Management Relations Series, núm. 68.
- Ostermann, Paul (1999). *Securing Prosperity. The American Labor Market: How it has changed and What to do About it*. Princeton, Princeton University Press.
- Parkin, F. (1972). *Marxism and Class Theory*. Columbia University Press, New York.

- Perrone, Ignacio y Zukerfeld, Mariano (2007). *Disonancias del capital: música, tecnologías digitales y capitalismo*. Buenos Aires, Ediciones Cooperativas.
- Porat (1977). *Marc & United States. Dept. of Commerce. Office of Telecommunications. The information Economy*. Washington, The office.
- Reich (2007). *Supercapitalism. The Transformation of Business, democracy and everyday life*. Edición Kindle.
- Rodríguez, Emanuel y Sánchez, Raúl (2000). *Entre el capitalismo cognitivo y el commonfare*. En Rodríguez, Emanuel y Sánchez, Raúl (comps.), *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid, Traficante de Sueños.
- Rullani, Enzo (2000). *El capitalismo cognitivo ¿un déjà- vu?*, en Rodríguez, Emanuel y Sánchez, Raúl (comps.) *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid Traficantes de Sueños.
- Shaiken, Harley (1985). *Work Transformed: Automation and Labor in the Computer Age*. Nueva York.
- Holt, Rinehart & Winston.Vercellone, C. (2011). *Elementos para una lectura marxiana de la hipótesis del capitalismo cognitivo*. En *Capitalismo cognitivo. Renta, saber y valor en la época posfordista*. Prometeo, Buenos Aires.
- Wright (1979). *Class structure and income determination*. Nueva York: Academic Press.
- Yansen (2012). *Clases sociales en el capitalismo informacional*. CLACSO, Investigadores de América Latina y el Caribe.
- Zuboff, Shoshana (1988). *In the Age of the Smart Machine*. Nueva York, Basic Books.
- Zukerfeld (2010). *Cinco hipótesis sobre el trabajo informacional*. Gestión de personas y tecnologías N°9, Santiago de Chile.
- _____ (2011). *Presentando al trabajo informacional y al sector información. Diez aproximaciones a los procesos productivos del capitalismo informacional*. Obreros de los bits.

Instrucciones para autores

Hipertextos recibe contribuciones originales e inéditas en lengua castellana que no estén atadas a compromisos editoriales ni sujetas a referato en otra publicación.

Los textos serán evaluados por dos pares anónimos externos –por lo que se solicita que se omitan las referencias que permitan identificar al autor más allá de la primera página-.

Los trabajos deben estar escritos en un procesador de textos (en .doc, .rtf, .odt) y han de prepararse de acuerdo a las normas listadas en los siguientes apartados:

1. [Formato general del texto](#)
2. [Forma de citado](#)

Las contribuciones que no respeten estas normas serán devueltas a los autores.

Una vez preparados, los textos deben enviarse al siguiente correo:

editor@revistahipertextos.org

Los autores de las contribuciones que sean aceptadas para su publicación deberán, en su momento, completar un formulario de cesión de derechos.

1. Formato general del texto

a) Cuerpo del texto:

Garamond 11- interlineado múltiple, 1,15.- Espaciado anterior 0 pto y espaciado posterior 10 pto.- Justificado.

Sangría de primera línea 0,5 cm. (la sangría únicamente separa párrafos, luego del título no se coloca sangría)

Las citas de más de 40 palabras: irán en párrafo aparte, sin comillas, con 1 cm de margen a cada lado y un punto menor en el tamaño de letra (no llevan sangría adicional)

Los gráficos: deberán incluirse en formato editable y numerarse y titularse bajo el nombre de Figuras. El título debe estar centrado y en negrita (garamond 11).

Notas al pie: deberán figurar a pie de cada página. Letra Garamond, tamaño 8 pto.

b) Títulos:

Título Principal: Garamond 14 negrita

De primer nivel: Garamond 12 y negrita.

De segundo y más niveles: Garamond 11 Negrita.

A excepción del título principal, todos los subtítulos deben estar numerados en arábigos, desde la introducción inclusive y hasta las conclusiones exclusive.

Ejemplo:

Título del artículo

Resúmenes (castellano, inglés y portugués)

Palabras clave:

1. Introducción Título de primer nivel: Garamond 12, negrita

2. Título de primer nivel: Garamond 12, negrita

2.1 (2do nivel, garamond 11 negrita)

2.2 (2do nivel, garamond 11 negrita)

3. Título de primer nivel: Garamond 12, negrita

Conclusiones: Título de primer nivel Garamond 12, negrita

Referencias (ídem).

c) Referencias:

Sistema de citado estilo APA 2006 (ver apartado siguiente)

Sangría francesa (la automática: 0,63 cm)

d) En la primera hoja del artículo deberá incluirse:

- Título del artículo (Garamond 14)
- Autor/es (Garamond 12)
- Resumen en castellano, inglés y portugués (Garamond 9)
- Palabras clave (castellano, inglés y portugués): entre 3 y 5, separadas por comas (Garamond 9)
- Mini biografía de los autores: en nota al pie –desde los autores- indique pertenencia institucional, nivel de formación, dirección de proyectos, docencia o cualquier información que considere pertinente. Finalmente, indique un email de contacto.
- Aclaraciones sobre el artículo si las hubiera (campo opcional). En nota al pie - desde el título-. Ej. Una versión preliminar de este trabajo ha sido presentada como ponencia en las Jornadas de Sociología, organizadas por la Fac. de Cs. Sociales (UBA) en 2012.

2. Forma de citado (sigue estilo de APA)

Forma de citado dentro del texto

- Para un autor (y hasta tres autores):

(Apellido del autor, año de la edición del libro o del artículo: número de página)

Ej. (Collins, 1985:138).

(Bijker, Pinch y Hughes, 1987: 234)

- Más de tres autores:

(Apellido del primer autor, et. al, año de la edición del libro: número de página).

Instrucciones para autores

Ej. (Watzlawick et al., 2002: 49)

- Si la cita remite a varios autores de obras diferentes se separarán los autores con punto y coma.

Ej. (Castells, 1997; Blondeau, 1999; Boutang, 1999; Rullani, 2000)

Referencias (al final del artículo)¹

Libros

- Un autor o más:

Apellido del autor, Inicial del nombre. (Año de edición). *Título del libro en cursiva*.
Lugar de edición: nombre de la editorial.

Si hubiera más de un autor, se separarán con punto y coma.

Ejemplos

Castel, R. (2010). *El ascenso de las incertidumbres. Trabajo, protecciones, estatuto del individuo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Castells, M. (1996). *La era de la información*. Volumen I. Madrid: Alianza.

Bijker, W.; Pinch, T y Hughes T. (eds.) (1987). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge y Londres: The MIT Press.

¹ A diferencia de otros sistemas, el que aquí se sigue no utiliza comillas en ningún caso.

- Libros del mismo autor deberán estar ordenados cronológicamente. Solamente el primer libro debe indicarse con el apellido del autor, el resto deberán indicarse con una raya.

Si hubiera dos o más libros editados el mismo año:

Misma forma que la mencionada, pero indicando, dentro del año de edición, letras de identificación asignadas en orden alfabético. [Así también deberá estar indicado en el cuerpo del texto, es decir, con la letra a o b indicando el libro al que remite].

Ejemplo:

Kierkegaard, S. (2002a). *El amor y la religión*. México: Grupo Editorial Tomo.

_____ (2002b). *Diario de un seductor*. México: Grupo Editorial Tomo.

Capítulos de libros

Apellido del autor, Inicial. (año de edición). Título del capítulo. En Apellido, Inicial. (comp. o ed.). *Título del libro en cursivas*. (pp. xx-xx). Lugar: editorial.

Ejemplo:

López, A. (2003). El sector de software y servicios informáticos en la Argentina. En Boscherini, F., Novick, M. y Yoguel, G. (eds.). *Nuevas tecnologías de información y comunicación*. (35-77). Buenos Aires: Miño y Dávila-Universidad Nacional de General Sarmiento.

Instrucciones para autores

Artículos de revistas o de publicaciones periódicas

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo. *Título de la*

publicación, volumen (número), pp. xx-xx

Ejemplo:

Berti, N. (2007). Córdoba ¿capital nacional de las tecnologías de la información y la comunicación o paraíso fiscal y de mano de obra calificada barata? *Geograficando*, 3 (3), 107-127.

Artículos de publicaciones diarias

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año, fecha). Título del artículo. *Título de la publicación.*

Ejemplo:

Duhigg, C. (2009, 12 de septiembre). Toxic waters: Clean Water laws are neglected at a cost in human suffering. *The New York Times*.

Si el artículo no tuviera autor, se reemplazará el nombre del autor por el título del artículo.

Ejemplo:

Fuerte recuperación de la industria de la música (2011, 2 de junio). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1378121-fuerte-recuperacion-de-la-industria-de-la-musica>

Tesis Inédita

Apellido del autor, Inicial del nombre. (Año de edición). *Título de la tesis en cursiva*. (Tesis inédita de maestría o doctorado). Nombre de la institución, Localización.

Ejemplo:

Fernández, J. (2005). *Lenguaje y relaciones de poder*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Web:

En aquellos casos en que el material (ya sea capítulo de libro, artículo, tesis, etc.) hubiese sido recuperado de la web, a la forma de citado correspondiente, debe agregarse al final la indicación de la web de la cual fue recuperado.

Ejemplo:

Berti, N. (2007). Córdoba ¿capital nacional de las tecnologías de la información y la comunicación o paraíso fiscal y de mano de obra calificada barata? *Geograficando*, 3 (3), 107-127. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1npg20>

Instrucciones para autores

Fuerte recuperación de la industria de la música (2011, 2 de junio). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1378121-fuerte-recuperacion-de-la-industria-de-la-musica>

Objetivos y alcances

Hipertextos tiene como objetivos:

Contribuir al desarrollo de pensamiento crítico y a la reconstrucción de la creatividad intelectual desde el mismo seno de la academia, enfatizando las transformaciones del capitalismo y las consecuencias sociales de su devenir, tanto en el plano teórico, como en el de los estudios de caso y análisis empíricos.

Rescatar la interdisciplinariedad frente al saber fragmentario e inconexo de la investigación formalmente acreditada. Tratar de crear un ambiente de optimismo crítico y de fuertes convicciones sobre el papel colectivamente relevante del pensamiento y la investigación.

Invitar a participar, convergiendo o divergiendo, a todos aquellos que, desde distintas miradas, se sientan convocados por estas temáticas en particular y por el debate intelectual en general.

Estimular la participación de quienes carecen de titulaciones académicas, ya sea por su juventud o por otros motivos, apuntando a valorizar las producciones de quienes estando por fuera o en tránsito en el mundo académico deseen escribir en Hipertextos.

Temáticas sugeridas

Se enumeran a continuación algunas temáticas indicativas, aunque de ningún modo excluyentes.

- Relación Conocimiento, Tecnología, Sociedad. Distintos abordajes del vínculo tecnología-sociedad, referentes a diversas clases de conocimientos y de tecnologías. Tecnologías en diversos períodos históricos. Tecnologías para la inclusión social.

- Cultura y tecnologías digitales. Transformaciones en los procesos de producción circulación y consumo de bienes culturales. Música, Cine, TV, textos. Cambios en las pautas culturales de diversos sectores sociales. Patrones culturales on-line: ciberculturas, cultura hacker, comunidades virtuales. Transformaciones en las identidades individuales y colectivas.

- Capitalismo cognitivo o informacional. Artículos relativos a la caracterización de la presente etapa del capitalismo. ¿Nueva etapa o continuidad? Estadísticas, trabajos

cualitativos y propuestas conceptuales para aprehender el movimiento de la totalidad capitalista.

- Discusiones sobre la teoría del valor trabajo. ¿Vigencia, caducidad, limitaciones o reconfiguración de la teoría del valor marxiana? El conocimiento como objeto de la teoría del valor.

- Trabajo y Tecnologías digitales. Las transformaciones en el mundo del trabajo: las mutaciones en el mundo laboral asociadas a la difusión de las tecnologías digitales. Nuevos actores, ¿nuevas modalidades? Desde los call centers al teletrabajo; desde los programadores hasta los cambios en el mundo del arte.

- Circulación, producción y apropiación de conocimientos y bienes informacionales. Debates sobre trabajo impago, free work y explotación en la web. Nuevos modelos de negocio.

- El rol de la Propiedad Intelectual en la actualidad. Debates y experiencias alrededor de los distintos derechos aglutinados bajo este significante. Software Libre y Contenidos bajo Creative Commons. Producción colaborativa mercantil y no mercantil. Distintos tipos de Redes Sociales en Internet, estudios de caso, precisiones teóricas, comparaciones, etc. Tanto redes sociales realizadas con software libre como con software privativo y para distintos fines (Facebook –Linkedin, Wikipedia, entre otras).

- Educación y tecnologías digitales. Educación a distancia, entornos virtuales de aprendizaje, aprendizaje colaborativo, mutaciones en los roles de los actores de la enseñanza. Inclusión digital y educación: Plan 1 a 1, como Ceibal y Conectar Igualdad.

- Política, políticas públicas y tecnologías digitales: políticas públicas en torno de las tecnologías digitales, políticas de acceso e inclusión digital. Derechos humanos y TD. Políticas en torno del uso y producción de software, incluyendo software libre. Digitalización de la gestión estatal, e-government, cambios en los modos de hacer política, ciberactivismo, modalidades de democracia directa, voto electrónico.

- Control y tecnologías digitales. Ponencias sobre la llamada Sociedad de Control, desde sus aspectos teóricos hasta estudios de caso. La masificación de las cámaras de vigilancia, los debates sobre la privacidad, la Internet de las Cosas, las bases de datos y

otros fenómenos asociados al incremento de las posibilidades de control social digitalizado.

Contacto y envío de artículos

editor@revistahipertextos.org

Web

<https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos>

Facebook

<https://www.facebook.com/RevistaHipertextos/>
