

Hipertextos

Capitalismo, Técnica y Sociedad en debate

Artículos

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

Philip M. Napoli y Robyn Caplan

Aproximaciones a la problematización del objeto digital en el marco de la digitalización de la vida

Marcelo García Farjat y Sergio Salguero

Ser Cyborg: Subjetividades Híbridas en el Capitalismo Cognitivo. Potencialidades y límites

María Tamara Frachea

Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas ¿estandarizadas?

Ana Clara Azcurra Mariani

¿Innovan las innovaciones? Un análisis de Conectar Igualdad y Aprender Conectados

Martín Torres

Relaciones mediadas por tecnologías digitales. Reseña del libro Kentukis de Samanta Schweblin (Random House, 2018)

Guillermina Yansen

Vol.7 N°12
Julio/
Diciembre
2019

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, Cátedra Informática y Relaciones Sociales, Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires (UBA) y Laboratorio de Estudios en Cultura y Sociedad (FTS-UNLP).

Hipertextos. Capitalismo, Técnica y Sociedad en debate.- Vol. 7, No 12
Ciudad de Buenos Aires, Julio/Diciembre, año 2019.

ISSN 2314-3924



Hipertextos se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported.

Hipertextos

Capitalismo, Técnica y Sociedad
en debate

Volumen 7 Número 12
Julio/Diciembre de 2019
Ciudad de Buenos Aires

Director

Mariano Zukerfeld (CONICET-Umai)

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 Finkelievich (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

Emilio Cafassi (UBA)
Bernadette Califano (CONICET-UBA-UNQ-Umai)
Agostina Dolcemáscolo (Umai)
Lucila Dughera (CONICET-Umai)
Martina Lassalle (UBA)
Santiago Liaudat (UNLP-Umai)
Ana Marotias (UBA)
Ignacio Perrone (UBA)
Andrés Rabosto (CONICET-Umai)
Ignacio Rocca (UBA)
Guillermina Yansen (CONICET-IIGG-Umai)
Mariano Zukerfeld (CONICET-Umai)

Editora en Jefe

Agostina Dolcemáscolo (Umai)

Índice

Editorial.....	8
Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante <i>Philip M. Napoli y Robyn Caplan</i>	15
Aproximaciones a la problematización del objeto digital en el marco de la digitalización de la vida <i>Marcelo García Farjat y Sergio Salguero</i>	47
Ser Cyborg: Subjetividades Híbridas en el Capitalismo Cognitivo. Potencialidades y límites <i>María Tamara Frachea</i>	68
Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas ¿estandarizadas? <i>Ana Clara Azcurra Mariani.....</i>	98
¿Innovan las innovaciones? Un análisis de <i>Conectar Igualdad</i> y <i>Aprender Conectados</i> <i>Martín Torres.....</i>	120
Relaciones mediadas por tecnologías digitales. Reseña del libro <i>Kentukis</i> (2018, Random House) de Samanta Schweblin <i>Guillermina Yansen</i>	139
Instrucciones para autores	156
Objetivos y alcances	162
Contacto y envío de artículos	165

Editorial

Cómo citar: Dirección y Consejo editor Hipertextos (2019). Editorial número 12. *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 8-14. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e001>

Este editorial se propone dar cuenta de tres cuestiones que confluyen con la publicación de este número, presentadas en orden creciente de afinidad con la especificidad de *Hipertextos*: la situación política en América del Sur, el cambio de gobierno en la Argentina, la renovación de la conducción de esta revista. Por supuesto, se introducen también los artículos que integran el presente número.

I

Hipertextos se reconoce porosamente inserta en la región y el mundo. Y entre el número previo y este momento en particular se desarrollaron y continúan desplegándose acontecimientos de enorme dramaticidad en varios países vecinos. Todos ellos en una sucesión acelerada de estallidos, mutaciones e incertidumbres. El cumplimiento de las normativas y procedimientos constitucionales en el Río de la Plata, y en nuestro país en particular, el reconocimiento de la llamada “estabilidad política”, no nos ahorra la denuncia horripilada ante las decenas de muertes, heridas y encarceladas en tantos otros escenarios próximos.

Imágenes digitalizadas de tanquetas, carros hidrantes, granadas de gases y demás tecnologías analógicas al servicio de la represión de expresiones populares o protestas, retrotraen nuestra memoria histórica a momentos dantescos no tan lejanos que los pueblos vienen intentando superar por medios que exceden lo tecnológico. Represión que en el caso boliviano llegó al extremo de haberse perpetrado un sangriento golpe de estado con posterior instauración del terrorismo de Estado desplegando todo el arco de atrocidades de estos regímenes, sobre el que las denuncias llegan a reponer la indecible silueta de los desaparecidos.

Pero más allá de particularidades y diferencias, nada despreciables en cada caso, en buena parte del continente vemos florecer o en el mejor de los casos tolerar una discursividad xenófoba, de odio hacia la otredad, al pensamiento

crítico y el conocimiento, de desprecio por los débiles, de apelación a lo divino y de culto a la muerte.

Obviamente las políticas sobre el objeto de interés de *Hipertextos* en el país en que se edita, se verán afectadas por este contexto. Pero además de él por la precisión con la que se pueda caracterizar las pasadas, por el grado de lucidez con que se logre proponer futuras, tanto en materia programático-propositiva, como a nivel organizativo.

II.

Este número de *Hipertextos* se edita en simultáneo con la asunción de un nuevo gobierno nacional en la Argentina. La ocasión es extremadamente propicia, entonces, para abordar dos tareas desde este espacio y otros conexos.

En primer lugar, se impone un balance de las políticas que ha llevado adelante el gobierno nacional saliente, entre 2015 y 2019, en relación con las tecnologías digitales e Internet. Esto incluye aspectos de políticas económicas, laborales, comunicacionales, educativas, culturales, de ciencia y tecnología, entre otras. Las impresiones generalizadas respecto del carácter mercantil y favorable al capital transnacional, de la destrucción de destrezas endógenas, entramados institucionales, de asedio a la esfera pública estatal y no estatal, no bastan, aunque resultan orientaciones cardinales para formular interrogantes e hipótesis que orienten las investigaciones específicas. Necesitamos análisis sistemáticos, empíricamente fundados y teóricamente orientados de todas esas iniciativas políticas y de sus resultados. *Hipertextos* ha publicado aportes en ese sentido y se ha pronunciado sobre algunas de esas políticas en el editorial del número 11, pero esperamos que en los próximos años contemos con numerosos trabajos que permitan una evaluación más completa de tales políticas. En tal sentido, este tratamiento editorial pretende ser simultáneamente una invitación al desarrollo de tales trabajos, ya se logren reagrupar temáticamente en un número específico o a lo largo de las sucesivas ediciones.

En segundo lugar, más importante, estamos ante una oportunidad histórica de que la vocación intelectual de esta revista permita articular demandas políticas. Esto merece una breve explicación. *Hipertextos* busca hacer confluir y dialogar a campos académicos que, si bien no son del todo ajenos, en la práctica tienen

escasos vasos comunicantes. Cada uno de ellos (comunicación, estudios sociales de la ciencia y la tecnología, economía de la innovación, sociología del trabajo, informática, educación, cultura, marxismo, filosofía) aborda temas de tecnologías digitales e Internet en sus congresos, organizados por sus asociaciones, con sus teorías, en sus formaciones de grado y posgrado, y en muchos casos en sus revistas u otros medios de difusión. No nos oponemos a las crecientes especializaciones ni menos aún a la autonomía relativa de cada uno de los campos, pero a la vez estimulamos momentos de interpenetración multidisciplinaria y búsquedas de corpus conceptuales comunes y más elevados niveles de abstracción. Creemos indispensable una articulación mayor de las diversas esferas del conocimiento que permiten pensar a la relación entre las tecnologías digitales y la sociedad de manera holística. La escisión disciplinaria de nuestro objeto o, más precisamente, en campos -en los que trascender las fronteras disciplinarias no implica un nivel menor de fragmentación, sino más bien todo lo contrario- conspira en contra de la comprensión y acción transformadora sobre la totalidad del capitalismo informacional. Del mismo modo, la ruptura entre niveles teóricos y metodológicos no obedece exclusivamente a divisiones del trabajo cognitivo sino también a renunciamentos del carácter colectivo de la producción de conocimiento y de su funcionalidad emancipatoria.

Es por ello que *Hipertextos* se ha propuesto desde su origen contribuir parcial pero firmemente con la constitución de un campo específicamente dedicado a los estudios sociales de las tecnologías digitales e Internet en América Latina en general y en la Argentina en particular. Efectivamente, más allá de valiosas iniciativas acotadas, no se cuenta con congresos unificados, asociaciones nacionales o posgrados enfocados en estas temáticas. Quienes publicamos en esta revista (y quienes aún no lo han hecho) peregrinamos como estudiantes, docentes, ponentes, autores y otros roles por toda clase de vecindades cognitivas, pero careciendo de un locus propio. Hipertextos, como un espacio de confluencia, pretende contribuir con una misión, modesta pero innegable en la transformación de este estado de cosas.

Ahora bien, varios de los campos académicos enumerados, además de las instituciones propiamente académicas, se encuentran vinculados con organismos específicos del estado. Ministerios, secretarías, direcciones que canalizan sus iniciativas o, inversamente, les dan la espalda pero, en cualquier caso, resultan interlocutores estatales claros. Sin embargo, y este es el punto, esa balcanización

estatal (que se asocia con la balcanización académica y cognitiva) de las temáticas que trata *Hipertextos* constituye uno de los obstáculos más serios para implementar políticas sistemáticas y de largo aliento a gobiernos de cualquier orientación política. La vocación política es una condición necesaria pero no suficiente. Se requieren, además, políticas coordinadas, articuladas y orientadas teóricamente.

Entonces, desde aquí llamamos, por un lado, a redoblar esfuerzos para la constitución de un campo académico propio. Pero a la vez, es hora de colaborar desde este espacio con la articulación política de ese campo. Esto abre dos cuestiones que llamamos a discutir de modo amplio y horizontal.

La primera de ellas refiere a una agenda de políticas. Una lista de medidas y prioridades que articulen las demandas de los distintos sectores vinculados con las tecnologías digitales e Internet. Naturalmente, las prioridades y los posicionamientos respecto de ellas han de ser hasta cierto punto diversos y contradictorios. Sistematizar y sintetizar esas prioridades sectoriales, esos debates, esa agenda es una tarea en la que esperamos que *Hipertextos* pueda colaborar.

La segunda concierne a investigar cuál es la institucionalidad estatal aglutinante y específica más conveniente para un país como la Argentina. Las tecnologías digitales e Internet tienen rango ministerial en algunos países y de secretaría o de agencia dependiente de la cabeza del ejecutivo en otros. En cualquier caso, la tendencia mundial es que haya instituciones estatales que traten de concentrar las funciones de las problemáticas digitales, en lugar de la dispersión que se advierte en países como el nuestro. De modo que otro involucramiento político de *Hipertextos* es el de invitar a la producción de investigaciones que sistematicen esas modalidades institucionales y/o piensen alternativas para la Argentina -en el marco del análisis de las experiencias previas.

III.

Nacida en 2013, *Hipertextos* ha pasado ya por tres etapas, y se encamina hacia el inicio de la cuarta. Desde su fundación, nuestra revista se propuso desplegar un dispositivo organizativo con el mayor grado posible de democraticidad, intentando mitigar las tradiciones personalizadas verticalistas y

consecuentemente autoritarias sobre sus integrantes. De este modo *Hipertextos* ha intentado y continúa intentando que las responsabilidades y el poder de decisión se encuentre tan distribuido como sea posible mediante una rotación de las funciones asumidas por los integrantes del consejo a lo largo de los sucesivos números

En sus comienzos, la revista estaba dirigida por Emilio Cafassi, el comité editorial era integrado por docentes de sus cátedras en la UBA y la jefatura editorial iba rotando en cada número. Eso ocurrió en los números 0 (jefatura de Guillermina Yansen), 1 (Ignacio Perrone y Mario Yannoulas), 2 (Ignacio Perrone y Ana Marotias), 3 (Mariano Zukerfeld) y 4 (Florencia Botta). Más allá de distintas altas y bajas individuales que se fueron sucediendo en el comité, a partir de 2015 se produce un crecimiento importante, que da inicio a la segunda etapa. En efecto, en ese año se suma la Universidad Maimónides mediante su equipo e-TCS al plantel institucional y se inician los mandatos bienales en la dirección y la jefatura editorial. Así, los números 5, 6, 7 y 8 se editaron bajo la dirección de Guillermina Yansen y la jefatura editorial de Andrés Rabosto. En la tercera etapa, que va de 2017 al presente, se produce un nuevo ensanchamiento institucional, esta vez para sumar a la Universidad Nacional de La Plata y añadir *Hipertextos* a su portal de revistas. En este período que se cierra, y que incluyó la publicación de los números 9, 10, 11 y 12, la dirección estuvo a cargo de Mariano Zukerfeld y la jefatura editorial en manos de Agustina Dolcemáscolo.

Es así que llegamos a un nuevo cambio en la conducción en la revista, y podemos anunciar con gran alegría que la dirección a partir de 2020 será ejercida por Ana Marotias mientras la jefatura editorial será llevada a cabo por Guillermina Yansen. En el contexto de una creciente afluencia de artículos, secciones novedosas y nuevos integrantes del comité editorial, es de esperar que *Hipertextos* siga creciendo más allá del favor o la adversidad que las condiciones políticas y los marcos académicos le impongan. O, al menos, es el compromiso de quienes llevamos adelante esta pequeña aventura editorial.

IV.

En términos de los textos que se publican en este número, *Hipertextos* cuenta con confirmaciones y novedades. Como en ediciones anteriores, publicamos una traducción del inglés, al efecto de poner a disposición de los lectores de habla

hispana aquellos trabajos que nos resultan relevantes para seguir de cerca, e intervenir desde una perspectiva periférica en los debates que toman forma en los países centrales. Se trata de un artículo de Philip M. Napoli y Robyn Caplan, cuya traducción fue realizada por Mariela Baladrón, Ana Bizberge, Bernadette Califano, Cecilia Fariña y Guillermo Mastrini, al efecto de utilizarlo como material de cátedra en la carrera de Ciencias de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Publicar aquellas traducciones realizadas por equipos docentes que, muchas veces, carecen de visibilidad y certificación en el campo académico, es una tarea que fomenta eslabonamientos virtuosos entre *Hipertextos* y otros colectivos y que esperamos poder continuar. El artículo interviene en una polémica clásica en el campo de los estudios de la comunicación actuales: ¿las empresas como Facebook, Google y Twitter, deben ser consideradas como empresas “tecnológicas” -como lo piden ellas- o como empresas de medios - como sostienen los autores-? La clasificación, claro está, no es una cuestión semántica, sino que tiene implicancias jurídicas y políticas notables.

A continuación, se presentan cuatro artículos de investigación, ordenados de manera descendente según su nivel de abstracción, lo que también sigue usos y costumbres de *Hipertextos*. El primero de ellos es *Aproximaciones a la problematización del objeto digital en el marco de la digitalización de la vida* de Marcelo García Farjat y Sergio Salguero, autores de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y maestrandos de la innovadora y pionera experiencia de la Maestría en Tecnologías, Políticas y Cultura del Centro de Estudios Avanzados (CEA). Se trata de un texto que, siguiendo la perspectiva trabajada en la Maestría por Agustín Berti y Javier Blanco, repasa trabajos recientes de filosofía de la tecnología y, en particular, de las tecnologías digitales, como los de Sadin, Stiegler y Hui, entre otros.

El artículo siguiente es *Ser Cyborg: Subjetividades Híbridas en el Capitalismo Cognitivo. Potencialidades y límites* de Tamara Frachea. Es relevante señalar que Tamara es estudiante de grado de la carrera de Sociología de la UBA y que su trabajo cristaliza la vocación de la revista de dejar de lado las formalidades vinculadas a la magnitud de las titulaciones obtenidas para enfocarse en las contribuciones originales y, especialmente, en mantener espacios abiertos para los jóvenes articulistas. El trabajo reflexiona sobre la subjetividad y el devenir cyborg de la humanidad en el capitalismo cognitivo, en relación a aportes de Haraway, Deleuze, Foucault y Sibilía.

A continuación, publicamos un trabajo de Ana Clara Azcurra Mariani -becaria doctoral de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA- titulado *Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas zestandarizadas?* Se trata de una sugerente e importante reflexión sobre las charlas TED y su relación con lo que Mark Fisher caracterizara como hedonismo nihilista, recurriendo a ejemplos de tales charlas y conceptos de Jameson, Zizek y otros autores.

El último artículo de investigación pertenece a Martín Torres, otro estudiante de la Maestría en Tecnologías, Políticas y Culturas de Córdoba. El trabajo analiza brevemente el Programa Conectar Igualdad (PCI) y su heredero, el Programa Aprender Conectados (PAC), lanzado en 2018, para señalar preocupaciones relativas a las limitaciones de este último.

Finalmente, esta edición de *Hipertextos* presenta una reseña. De autoría de la Dra. Yansen, integrante del comité de Hipertextos, reflexiona ya no sobre un ensayo, sino sobre una obra de ficción: *Kentukis* (2018, Random House) de Samanta Schweblin, buscando captar las visiones sobre la tecnología que circulan en la novela.

Tenemos, así, una gran variedad de tópicos y una pluralidad de perspectivas teóricas que son usuales en Hipertextos.

La dirección y el consejo editor

Diciembre de 2019

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

Philip M. Napoli y Robyn Caplan¹

El presente artículo es una traducción² del texto de Napoli, P y Caplan, R. (2017), Why media companies insist they're not media companies, why they're wrong, and why it matters, *First Monday*, 22 (5). Recuperado de <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7051/6124>

Cómo citar: Napoli, P. y Caplan, R. (2019). Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante (Traducción de Mariela Baladrón, Ana Bizberge, Bernadette Califano, Cecilia Fariña y Guillermo Mastrini). *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 15-46. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e002>

Resumen

Una postura común entre las plataformas de redes sociales y los agregadores³ de contenido es su resistencia a ser caracterizados como empresas mediáticas. En cambio, compañías como Google, Facebook y Twitter insisten reiteradamente en que deben ser consideradas como empresas puramente tecnológicas. Este artículo critica la posición que sostiene que estas plataformas son compañías tecnológicas en lugar de empresas de medios, explora la racionalidad que subyace a esta

¹ Philip M. Napoli (Ph.D., Northwestern University) es profesor emérito James R. Shepley de Políticas Públicas en la Escuela de Políticas Públicas de Sanford en la Universidad de Duke, donde también es miembro afiliado al Centro DeWitt Wallace de Medios y Democracia. Sus intereses de investigación incluyen instituciones y políticas de medios. Su próximo libro se titula *Media technocracy: Algorithmic media and the public interest* (Columbia University Press).

Robyn Caplan (candidata a Ph.D., Rutgers University) es investigadora en el Instituto de Investigación de Datos y Sociedad de Nueva York. Sus intereses de investigación incluyen tecnología y gobierno, medios, datos y democracia, y el papel de actores públicos y privados como intermediarios de información y datos. Ha sido becaria en el GovLab de la Universidad de Nueva York, y becaria emergente Milton Wolf 2015 del Center for Global Communication Studies en la Escuela de Comunicación Annenberg de la Universidad de Pensilvania.

² Traducción autorizada por los autores, realizada por Mariela Baladrón, Ana Bizberge, Bernadette Califano, Cecilia Fariña y Guillermo Mastrini. La edición y cuidado estilístico estuvo a cargo de Mariela Baladrón, Ana Bizberge y Bernadette Califano.

³ N. del T.: En su versión original, el artículo utiliza en algunas ocasiones la palabra “agregadores de contenidos” [*content aggregators*] y en otras se refiere a “curadores de contenidos” [*content curators*]. En esta traducción se optó en la mayoría de los casos por la noción de “agregadores de contenidos” por ser el término más utilizado en español, y porque alude de modo más cabal a la tarea de selección y organización de contenidos que realizan estas empresas.

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

idea y tiene en cuenta las implicancias políticas, legales y de política pública asociadas con la aceptación o el rechazo de esta postura. Como ilustra este artículo, no se trata de una mera distinción semántica, ya que la precisa clasificación de los servicios y las tecnologías de comunicación a lo largo de la historia tiene profundas ramificaciones sobre cómo estas tecnologías y servicios son considerados por quienes elaboran políticas públicas y por las cortes judiciales.

Palabras clave: Medios de comunicación, Redes sociales, Empresas de tecnología, Tecnologías digitales, Políticas de comunicación.

Abstract

A common position amongst social media platforms and online content aggregators is their resistance to being characterized as media companies. Rather, companies such as Google, Facebook, and Twitter have regularly insisted that they should be thought of purely as technology companies. This paper critiques the position that these platforms are technology companies rather than media companies, explores the underlying rationales, and considers the political, legal, and policy implications associated with accepting or rejecting this position. As this paper illustrates, this is no mere semantic distinction, given the history of the precise classification of communications technologies and services having profound ramifications for how these technologies and services are considered by policy-makers and the courts.

Keywords: Mass media, Social networks, Tech companies, Digital technologies, Communication policies.

Resumo

Uma posição comum entre plataformas de mídia social e agregadores de conteúdo é sua resistência a serem caracterizadas como empresas de mídia. Em vez disso, empresas como Google, Facebook e Twitter insistem repetidamente em que devem ser consideradas como empresas puramente tecnológicas. Este artigo critica a posição de que essas plataformas são empresas de tecnologia em vez de empresas de mídia, explora a lógica por trás dessa ideia e leva em conta as implicações políticas, legais e de políticas públicas associadas à aceitação ou rejeição desta posição. Como ilustra este artigo, não é uma mera distinção semântica, porque o histórico da classificação precisa de serviços e tecnologias de comunicação tem ramificações profundas em como essas tecnologias e serviços são considerados por aqueles que elaboram políticas públicas e pelos tribunais judiciais.

Palavras-chave: Mídia, Redes Sociais, Empresas de tecnologia, Tecnologias digitais, Políticas de comunicação.

1. Introducción

En los últimos años han surgido una serie de controversias en torno de las redes sociales. Estas polémicas estallaron alrededor de diversos temas, tales como las acusaciones de sesgo en la construcción de las listas de tendencias en Facebook y Twitter (Nunez, 2016a, 2016b; Thune, 2016); las críticas a estas plataformas por censurar fotos de interés histórico/periodístico (Scott e Isaac, 2016); la evidencia de una creciente prominencia de reportes con noticias falsas en sus *feeds*; y las preocupaciones sobre el posible impacto de la diseminación de noticias falsas en los resultados de las elecciones de Estados Unidos y Europa (Bell, 2016; Robinson, 2016).

Esta secuencia de eventos ha centrado la atención pública en preguntar si las plataformas de redes sociales están funcionando como organizaciones de noticias y cómo lo están haciendo o de qué manera; junto con el interrogante de si deberían comportarse como organizaciones periodísticas (Isaac, 2016; Jarvis, 2016; Manjoo, 2016). Estas discusiones tienen lugar mientras los datos indican que las plataformas de redes sociales se han establecido como uno de los principales mecanismos a través de los cuales los individuos acceden y consumen noticias (Gottfried & Shearer, 2016). La ironía potencialmente preocupante de esta situación es que estas compañías de redes sociales que desempeñan un papel cada vez más importante e influyente en el ecosistema de noticias e información insisten desde hace tiempo en que no son organizaciones de noticias, ni siquiera compañías de medios. En cambio, estas empresas reclaman que deberían ser pensadas únicamente como empresas tecnológicas (véase, por ejemplo, Dixon, 2014; D'onofro, 2016). En este sentido, las plataformas de redes sociales siguen el patrón establecido y sostenido por otras empresas de medios digitales como Google y Apple, al insistir en que no deben ser consideradas como compañías mediáticas.

Algunos analistas han señalado esta creciente desconexión entre cómo estas compañías se perciben a sí mismas -y quieren ser percibidas por otros- y cómo realmente funcionan en el ecosistema contemporáneo de noticias e información (Caplan, 2016; Bell, 2016; Bogust, 2016; Ingram, 2012; Snip, 2016). El objetivo aquí es llevar el análisis unos pasos más allá, al indagar críticamente los fundamentos articulados y las motivaciones subyacentes de esta posición, así como considerar las implicancias más amplias de aceptar este argumento. Una meta central de este artículo es ilustrar cómo este razonamiento encaja en un

plano más amplio con los esfuerzos de estas compañías de “discursivamente... encuadrar sus servicios y tecnologías” (Gillespie, 2010:348). Como señala Gillespie (2010), muchas empresas de medios digitales usan términos como “plataforma” estratégicamente, “tanto para posicionarse con el fin de alcanzar ganancias actuales y futuras como para lograr un punto más favorable en el plano regulatorio entre las protecciones legislativas que los benefician y las obligaciones que no lo hacen, y establecer un imaginario cultural dentro del cual su servicio tenga sentido” (Gillespie, 2010). Vemos así que esta auto-definición en tanto empresas de tecnología y la fuerte resistencia a cualquier clasificación como empresas mediáticas constituye una dimensión central de su marco discursivo, que tiene importantes implicancias para los marcos legales y regulatorios que se aplican a estas plataformas.

Esta crítica a los argumentos de que las plataformas de redes sociales (y agregadores de contenido digital en sentido más amplio) deben ser considerados puramente como empresas tecnológicas y no como empresas mediáticas se basa en perspectivas económicas, históricas y políticas sobre los medios de comunicación, en un esfuerzo por esclarecer los puntos significativos de continuidad, más que de distinción, entre las plataformas tradicionales y las nuevas para las noticias y la información. Al desentrañar y criticar este argumento, este artículo busca demostrar la importancia de lo que en la superficie puede parecer una distinción semántica sin consecuencias. Como ilustra este trabajo, hay implicancias legales y de política pública fundamentales, asociadas al modo en que estas compañías se definen a sí mismas y son definidas por quienes elaboran políticas públicas y por el público.

La primera sección de este artículo presenta y refuta los argumentos comúnmente postulados por aquellas compañías que buscan ser percibidas como empresas de tecnología en lugar de medios de comunicación. La segunda explora las principales razones de estas compañías para mantener esta posición. La tercera parte considera las implicancias más amplias de aceptar los argumentos cada vez más sutiles acerca de que son compañías de tecnología en lugar de empresas de medios. En las conclusiones se considera la necesidad de formular nuevas aproximaciones conceptuales que registren del mejor modo posible esta creciente intersección entre tecnología y medios de comunicación.

2. Por qué las compañías de medios insisten en que no son medios de comunicación y por qué están equivocadas

Al parecer, en el entorno comercial actual de las empresas tecnológicas, estas firmas ven su identidad cada vez más siguiendo los enfoques tecnológicos que toman para sus actividades que en términos del sector particular en el que operan. Uno de los ejemplos más prominentes -y controversiales- de la actualidad involucra a Uber. Esta compañía ha sostenido firmemente que es una empresa de tecnología en lugar de una empresa de transporte porque, según un representante de la compañía, “no transportamos bienes o personas, nuestros socios sí lo hacen. Solo facilitamos eso” (Cukier, 2016: 1). Las ramificaciones de aceptar o rechazar este argumento son profundas porque si Uber es percibido como una compañía de transporte, entonces debe estar sujeto a las regulaciones bajo las cuales opera esa industria. Por otro lado, si es considerado como empresa de tecnología, entonces estas regulaciones de la industria de transporte simplemente no aplican; lo que puede representar una importante fuente de ventaja competitiva (véase, por ejemplo, Carney, 2015). Definitivamente, Uber no se encuentra solo al mantener esta postura. Las compañías automotrices, de finanzas y telecomunicaciones sostienen de forma parecida que deben ser vistas puramente como empresas tecnológicas (Napoli & Caplan, 2016).

De modo similar, parece que una característica que define a las plataformas de redes sociales y a los agregadores de contenido digital es la consistencia con la que se han resistido a ser caracterizados como compañías mediáticas y, en cambio, han insistido en que deben ser consideradas puramente como empresas tecnológicas (véase, por ejemplo, Helft, 2008; Mickey, 2013). Incluso compañías que están inequívocamente en el negocio de producción de contenidos mediáticos, como Gawker y Vox, han tenido CEOs que sostuvieron que son compañías tecnológicas y no empresas de medios (véase, por ejemplo, Sicha, 2011; Tjaardstra, 2015).

Antes de analizar los detalles de los argumentos presentados por estas compañías, es importante reconocer que la amplia terminología de “compañía de medios” en torno a la cual se han estructurado estos argumentos es algo problemática. Los medios no son un constructo único, monolítico (a pesar de la tendencia a tratarlos así en el discurso que nosotros examinaremos). Primero, desde la perspectiva de la regulación y de la política pública, los medios

electrónicos⁴ como la televisión y la radio (y con la imposición de las regulaciones de neutralidad de Internet, también Internet), son considerados fundamentalmente diferentes de otros medios, ya que generalmente se les otorga niveles más bajos de protección de la Primera Enmienda y operan bajo requisitos reglamentarios más explícitos para servir al interés público (Napoli, 2001). Esta es una distinción importante que generalmente no encuentra cabida en los argumentos que se discuten más abajo. Además, también está ausente la importante (y a veces borrosa) distinción entre entretenimiento y medios informativos. Desde el punto de vista regulatorio y de política pública, la producción, distribución y consumo de noticias ha sido un gran punto de motivación y foco de quienes elaboran políticas (Napoli, 2015); no obstante, algunas preocupaciones sobre la dimensión cultural de los medios dedicados al entretenimiento han motivado también la regulación y elaboración de políticas (Napoli, 2008). Como será ilustrado más abajo, estos puntos de distinción con frecuencia son importantes al considerar el argumento de que las compañías tecnológicas no son empresas de medios.

Pasamos ahora a los argumentos centrales a favor de la postura que sostiene que las plataformas de redes sociales y agregadores de contenido digital son empresas de tecnología y no de medios. En cada caso, analizaremos las perspectivas económica, histórica y política sobre las industrias de medios para ilustrar las debilidades centrales de cada argumento.

2.1. “No producimos contenido”

El argumento principal entre las compañías de medios digitales para sostener la posición de que no son medios de comunicación es que muchas de esas empresas no producen contenido original sino que, por el contrario, son meros facilitadores de la distribución de contenido creado por sus usuarios. Algunas de las compañías que han creado este argumento, después se han integrado verticalmente en la creación de contenido, siguiendo un modelo bastante predecible en la historia de los medios, en el cual los distribuidores de contenido inevitablemente persiguen las ventajas estratégicas y económicas de ser también creadores de contenido (véase Napoli, 2016). De esta forma, por ejemplo, en

⁴ N. del T.: la regulación en los Estados Unidos está basada en el soporte tecnológico, mientras que otros países consideran la clasificación por tipo de servicio. Por lo tanto, “medios electrónicos” [*electronic media*] son aquellos mediados electrónicamente para llegar a su audiencia, como la radiodifusión, los servicios de cable, satélite e internet, a diferencia de la prensa gráfica.

2016 YouTube comenzó a producir series originales para su servicio de suscripción, mientras que (como será discutido más adelante en las conclusiones), Facebook ha iniciado recientemente una incursión en la creación de contenidos de video (Etherington, 2016; Perez and Shieber, 2017; Dougherty and Steel, 2015). Sin embargo, dada la persistencia pasada -y posiblemente futura- de este argumento entre los distribuidores de contenido, es importante que reciba un escrutinio detallado.

El ejecutivo de Google, Eric Schmidt (junto con otros miembros de la empresa), desplegó este argumento frecuentemente durante años, declarando: “Nosotros no hacemos nuestro propio contenido. Nosotros conseguimos el contenido de algún otro, más rápido” (en Sullivan, 2006: 1). Facebook también ha propuesto este argumento. El responsable de Soluciones Globales de Marketing de Facebook ha sostenido, “De hecho nosotros nos definimos como una compañía de tecnología... Las compañías de medios son conocidas por el contenido que ellas crean” (en Fiegerman, 2016: 1). Mark Zuckerberg, CEO de Facebook, ha mantenido esta posición durante años (véase Fiveash, 2016), incluso en noviembre de 2016 en su respuesta a las acusaciones que sostuvieron que la diseminación de noticias falsas vía Facebook podría haber afectado las elecciones presidenciales en EE.UU. (Roberts, 2016). Dick Costolo, entonces CEO de Twitter, señaló: “Pienso en nosotros como una empresa de tecnología dado que considero que el futuro de la compañía está en construir una plataforma extensible que permita a desarrolladores y empresas agregar valor a Twitter en un sentido que sea beneficioso para Twitter y para nuestros usuarios... Yo no necesito ni quiero estar en el negocio de los contenidos” (en Bilton, 2012:1). Steve Jobs, de Apple, en sus últimos años enfatizó este punto de la misma manera en el momento del lanzamiento de iTunes. Crispado por la sugerencia de un periodista de *Esquire* de que Apple se estaba volviendo una empresa de medios, Jobs argumentó: “Nosotros no somos una compañía de medios. Nosotros no poseemos medios. Nosotros no poseemos música. No tenemos películas o televisoras. Nosotros no somos una compañía de medios. Nosotros somos sólo Apple” (citado en Langer, 2003: 2). El tema fue tan sensible para Jobs que terminó abruptamente la entrevista en ese momento.

Este argumento obviamente invita a discutir sobre los tipos de actividades que son centrales para nuestro entendimiento sobre lo que hacen las compañías de medios. Tradicionalmente, la organización industrial de los medios de comunicación ha sido descripta fundamentalmente por tres actividades (que

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

raramente se excluyen mutuamente): 1) producción (ejemplificada por los creadores de contenidos como los productores de noticias o los estudios de televisión); 2) distribución (el proceso de transportar el contenido desde los productores hacia los consumidores); y, 3) exhibición (el proceso de proveer contenido directamente a las audiencias) (véase Picard, 2011).

La digitalización y la convergencia de los medios han significado, en algunos casos, que estos procesos se fusionaran, ya que el contenido puede ser ahora distribuido directamente al usuario final. El declive de los exhibidores tradicionales como las librerías y las disquerías frente a la digitalización de contenidos y la distribución digital representa un caso ilustrativo en este sentido. Es difícil argumentar que los exhibidores tradicionales como los cines, las librerías, o las disquerías deberían ser pensados como compañías de medios. Sin embargo, los reemplazos para estas entidades, tales como Amazon, iTunes y Netflix, son fundamentalmente diferentes, ya que utilizan infraestructura de medios electrónicos para distribuir contenido a las audiencias, en una forma pura de bien público, de manera que se asemejan más a los tradicionales curadores y distribuidores de contenidos, tales como los sistemas de cable y las estaciones de radiodifusión abierta. Esto también ocurre de diferentes maneras en el caso de las plataformas de redes sociales como Twitter, Snapchat y Facebook, las que ahora sirven como medio central para la distribución de contenidos de diversos creadores, mientras que también ofrecen un punto de exhibición para los usuarios, quienes acceden al contenido a través de dichas plataformas mediante una variedad de dispositivos. Y, con servicios como *Facebook Live* (que permite una transmisión directa e inmediata sobre la plataforma de Facebook) y *Facebook Instant Articles* (a través del cual la empresa directamente aloja contenido producido por organizaciones de noticias; véase Constine, 2015), el proceso de producción, distribución y exhibición se encuentra aún más integrado.

Enfatizamos sobre este proceso evolutivo porque la distribución es una característica definitoria de los medios tanto como lo es la creación de contenidos, como una gran cantidad de académicos especializados en medios ha dejado claro (véase, por ejemplo, Curtin y otros, 2014). La creación/ propiedad de los contenidos nunca ha servido como un punto de distinción en la definición de una compañía de medios de comunicación desde la perspectiva de los encargados de regular el sector. Hay que considerar, por ejemplo, que tanto las industrias de la televisión por cable como por satélite fueron establecidas por completo sobre el fundamento de servir exclusivamente (al menos en el inicio)

como distribuidoras de contenido. Este hecho nunca sirvió como un mecanismo para mantener a estas compañías más allá de los límites de la autoridad regulatoria de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC)⁵. En el caso de la televisión por cable, la FCC extendió su autoridad regulatoria hacia este sector en parte por considerar al servicio como complementario de la radiodifusión (United States vs. Southwestern Cable Co., 1968). El hecho de que los sistemas de cable sirvieran como un medio central para la distribución y el acceso a contenidos (de la televisión abierta) hizo que quedaran incluidos bajo la autoridad regulatoria de la FCC, lo que actuó como un mecanismo de expansión de dicha autoridad hacia el cable.

En consecuencia, las compañías de la industria del cable y del satélite quedaron sujetas a regulaciones de propiedad y algunas obligaciones de interés público, manteniendo los criterios generales de la FCC sobre la regulación de medios electrónicos (véase, por ejemplo, FCC, 2016a). Las preocupaciones fundamentales de la política de medios sobre diversidad, competencia y localismo (véase Napoli, 2001), han caracterizado la regulación de estas industrias, independientemente de sí, o hasta qué punto, estas compañías están involucradas en la creación de contenidos. Incluso, aunque los mecanismos de distribución de contenidos en el ámbito digital son desde luego diferentes de los empleados por los medios tradicionales, tal como la ejecutiva de medios digitales Elizabeth Spiers preguntó: “¿Me explicará alguien cómo la distribución digital de tu contenido hace que tu compañía sea principalmente una empresa tecnológica?” (Benton, 2014: 1). Entonces, el argumento que sostiene que la creación/propiedad de contenido separa de manera significativa a las compañías “tecnológicas” del sector de los medios refleja o bien un entendimiento *naïf* o mal informado de los medios, o bien un intencionado esfuerzo estratégicamente motivado para redefinir los parámetros de las compañías de medios dentro del discurso comercial y de las políticas públicas. En ambos casos, las implicancias son problemáticas, como discutiremos con mayor detalle a continuación.

2.2. “Somos científicos informáticos”

La segunda línea de argumentación prominente formulada por las plataformas de redes sociales y los agregadores de contenidos digitales se focaliza en la naturaleza de su personal. Específicamente, los representantes de estas

⁵ N. del T.: La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés) es el regulador de medios y telecomunicaciones de Estados Unidos.

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

compañías destacan con frecuencia el entrenamiento profesional y la formación de ellos mismos y sus empleados para sostener el argumento de que son empresas tecnológicas antes que compañías de medios. Eric Schmidt (Google) enfatizó que Google es una compañía tecnológica “dado que es dirigida por tres informáticos” (Kramer, 2006: 1). De forma similar, Be Huh (CEO de Cheezburger) ha enfatizado acerca de la proporción de empleados que son desarrolladores para sostener su argumento de que se trata de una compañía tecnológica en lugar de una empresa de medios (Koetsier, 2012).

Aquí también podemos apreciar un argumento carente de lógica o fundamento histórico. Hay que considerar, por ejemplo, que en el momento de su introducción no había ninguna maravilla tecnológica más grande que la radiodifusión abierta. Representó un salto tecnológico en los medios de comunicación de tal magnitud que probablemente solo haya sido alcanzado por la introducción de internet. Consecuentemente, la radiodifusión fue el campo de los tecnólogos e ingenieros de su tiempo, dada su relativa complejidad técnica comparada con los otros medios de comunicación disponibles como los periódicos. La especialización tecnológica estaba en el corazón de las primeras compañías de radio como RCA y Marconi Company (Woolley, 2016). La tecnología satelital representó otro avance dramático que, una vez más, requirió profesionales con un alto nivel de especialización tecnológica.

Los avances tecnológicos, así como la especialización técnica asociada, han sido fundamentales para el sector de los medios de comunicación desde -por lo menos- el advenimiento de la prensa escrita. Como señala Deuze (2007), es importante que reconozcamos “el rol central que las tecnologías ejercen en el trabajo de los medios” (Deuze, 2007: 73). Argumentar que la orientación tecnológica del personal y de los ejecutivos de una empresa es un fundamento lógico para evitar que sean pensadas como medios de comunicación refleja una comprensión desinformada de su historia y evolución, o bien un esfuerzo estratégico para acotar la definición a sus parámetros tradicionales. Cualquiera sea la razón, la premisa subyacente de que la tecnología y los medios son emprendimientos separados, sostenidos sobre habilidades y formaciones profesionales completamente diferentes, no tiene fundamentos firmes en la historia de los medios.

2.3. “No hay intervención editorial humana”

Un argumento menos explícito que proponen las plataformas, evidentemente vinculado al anterior, es la afirmación frecuente de que el contenido que “subyace” no se realiza mediante el juicio humano, sino mediante algoritmos y tecnologías basadas en datos, que filtran, categorizan y clasifican información que ya existe en el sistema, y refleja aquello que los usuarios quieren. Plataformas como Google y Facebook han enfatizado reiteradamente en la falta de intervención humana en sus procesos de curación de contenidos y se han mostrado reticentes a reconocer tal intervención cuando ésta ocurre (véase, por ejemplo, Trielli *et al.*, 2016). A raíz de la controversia por las “noticias que son tendencia” (*Trending News*), en un informe que sostuvo que los editores “humanos” contratados por Facebook suprimían las noticias conservadoras de su lista de tendencias, la empresa procuró minimizar la importancia que la intervención editorial humana directa jugó en el funcionamiento de su plataforma (véase, por ejemplo, Fiveash, 2016; Isaac, 2016), llegando incluso a eliminar los puestos de los periodistas y editores que supervisan los módulos de “Tendencias” como consecuencia de esta polémica (Thielman, 2016).

Esta afirmación/percepción acerca de la falta de intervención editorial humana directa es, en varios sentidos, fundamental para la lógica de concebir a estas plataformas como compañías tecnológicas en lugar de medios de comunicación. En efecto, como Gillespie (2010) ha ilustrado, el término plataforma en sí mismo ha sido estratégicamente desarrollado como forma de caracterizar a estos servicios estrictamente como neutrales, facilitadores para la creación de contenido y su diseminación, guiados por la tecnología. Mark Zuckerberg, de Facebook, ha preferido enfatizar que la plataforma simplemente proporciona herramientas a los usuarios para ayudarlos a generar sus propios contenidos y curación (Fiveash, 2016), una posición que parece ignorar -o al menos caracterizar erróneamente- el papel que desempeñan los algoritmos al priorizar y filtrar contenido para los usuarios. La reivindicación de la falta de participación humana directa en la línea editorial ayuda a profundizar esta percepción de distancia y/o neutralidad en el proceso de selección de los contenidos; un modelo que se presume fundamentalmente diferente del tipo de intervención editorial directa (y humana) que ha sido una característica definitoria de las empresas de medios tradicionales.

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

Sin embargo, simplemente por el hecho de que los mecanismos para el ejercicio editorial -como barrera de acceso- hayan cambiado, no significa que tal identidad fundamental e institucional en tanto “*gatekeepers*” deba ser remodelada. Los representantes de estas plataformas probablemente argumenten que la naturaleza de su interacción con los usuarios es muy diferente a la de los medios tradicionales, ya que los usuarios de las redes sociales desempeñan un papel mucho más autónomo en la determinación del contenido que reciben. Es decir, los usuarios, en colaboración con sus redes sociales, en última instancia dictaminan el contenido que consumen, con la plataforma como facilitadora neutral. Ya sea un reflejo de ingenuidad o falta de sinceridad, esta posición simplemente ya no es posible de sostener (Gillespie, en prensa).

Para empezar, los medios siempre han intentado, hasta cierto punto, dar a las audiencias exactamente lo que quieren. En este sentido, Facebook, Twitter o Google son poco diferentes de cualquier medio de prensa, de radiodifusión o de noticias digitales que busque desesperadamente descubrir qué es lo que quieren las audiencias y luego proporcionarles exactamente eso (Nadler, 2016). La verdadera diferencia es que las plataformas de medios digitales representan mecanismos más efectivos y eficientes para hacerlo, dada la cantidad, alcance y profundidad de los datos de usuarios que pueden utilizar, lo que es una función de mayor interactividad asociada con estas nuevas plataformas. La relación entre las plataformas de redes sociales y los usuarios representa el siguiente paso en lo que Napoli (2011) ha denominado “la racionalización de la comprensión de la audiencia”.

Entre los sucesos recientes podemos observar el tan criticado cambio de marca de la popular compañía de medios de comunicación *Tribune Publishing*⁶ por “Tronc” (véase Satell, 2016), como un indicador de cuán permeable es el límite que separa a las compañías de tecnología de una de medios. La metamorfosis de *Tribune* en *Tronc* parece radicar en la confianza depositada en los algoritmos y herramientas automáticas para servir mejor a los intereses de la audiencia y facilitar el uso de la automatización en la producción de contenidos (Satell, 2016). El escepticismo generalizado (e incluso la burla) que ha alcanzado este cambio de marca (véase, por ejemplo, Satell, 2016), respecto de si representa algo verdaderamente transformador, ayuda a ilustrar que una mayor dependencia de

⁶ N. del T.: En 2016 la compañía adoptó el nombre Tronc (abreviación de “Tribune online content”) y en 2018, luego de vender sus periódicos de California, retomó su nombre anterior, Tribune Publishing.

la tecnología para satisfacer a los intereses de la audiencia no sirve como una distinción significativa entre compañías de tecnología y de medios.

Además, la noción de que los algoritmos operan de una manera completamente neutral y objetiva, libre de los sesgos que caracterizan la toma de decisión editorial humana directa, ha sido desacreditada. Los algoritmos, aunque automatizados, se utilizan para clasificar, filtrar y priorizar el contenido basado en los valores internos del sistema, las preferencias y acciones de los usuarios (DeVito, 2016). A esta altura, es sabido que los ingenieros y otros actores de la compañía deben tomar innumerables decisiones en el diseño y desarrollo de algoritmos. A través de dichas definiciones y relaciones, juicios subjetivos y sesgos se codifican en los sistemas. Por estas razones, la parcialidad algorítmica se ha convertido en un fenómeno ampliamente investigado y cada vez más comprendido (véase, por ejemplo, Gillespie, 2017; Kitchin, 2017; Pasquale, 2015).

A ello se suma el hecho de que, sin importar los mecanismos de barrera de entrada utilizados, las plataformas como Facebook, Google y Twitter se encuentran a sí mismas teniendo que navegar en un rango de temas de política editorial que los ubica de modo firme en sintonía con las organizaciones tradicionales de medios, tales como diarios y radiodifusores (Gillespie, en prensa). Los temas relacionados con la protección de los usuarios de contenido ofensivo, provocativo o contenido para adultos son fundamentales para el funcionamiento de estas plataformas (véase, por ejemplo, Pierson y Dave, 2016). Esta tensión fue bien ilustrada a partir de la controversia que surgió en torno a la decisión de Facebook de censurar la publicación de un periodista noruego, que mostraba la tan conocida foto de la Guerra de Vietnam, de una joven vietnamita desnuda que huía de un ataque de napalm (Scott e Isaac, 2016). En medio de la protesta, Facebook rápidamente revirtió su decisión, considerando la importancia histórica de la fotografía (Scott e Isaac, 2016). No obstante, lo que quedó en evidencia con esta medida es que las decisiones de política editorial no son tan diferentes de las tomadas por los editores de noticias tradicionales y forman parte de lo que significa ser una plataforma de medios sociales, incluso cuando la toma de decisión editorial es manejada por algoritmos, como en el caso de la foto de Vietnam.

Y, tal como ilustró la controversia en torno a la lista de tendencias de Facebook, la intervención editorial humana a menudo desempeña un papel más

importante en el proceso de gestión de contenidos de lo que comúnmente se supone (Fiegerman, 2016). Snapchat emplea a un equipo de editores de alrededor de 75 personas y también utiliza a estos empleados para entrenar a los algoritmos y tecnología que, eventualmente, permitirá automatizar la selección y clasificación de noticias para sus 100 millones de usuarios diarios (Sloane, 2016). Twitter también emplea un “equipo de curación” para examinar el contenido y destacar los eventos y tendencias en su sección “Momentos” -un segmento similar a un blog en el que los editores de la empresa trabajan para combinar los tweets y las fotos publicadas en el sitio, particularmente para los eventos de noticias que son tendencias (Twitter, 2016). Las pautas que utilizan estos equipos no son diferentes de las directrices editoriales utilizadas por muchas compañías de contenidos, las que esbozan sugerencias de contenido para promover precisión y limitar sesgos, así como pautas estilísticas acerca del tipo de titulares que los miembros del equipo deben escribir y la elección de los íconos de previsualización [*thumbnails*].

Debería quedar claro que este escenario apunta a que estas compañías operen no solo como empresas de medios en un sentido amplio, sino más específicamente como organizaciones de noticias, dado el grado en el que participan del flujo de noticias e información a partir de decisiones editoriales y tareas de “*gatekeeping*”.

2.4. La centralidad de la publicidad

Finalmente, vale la pena señalar que todos los argumentos presentados por estas plataformas colapsan debido al hecho de que la principal fuente de ingresos para la mayoría de ellas es la publicidad. Ubicarse en el negocio de proporcionar contenidos a las audiencias y vender esas audiencias a los anunciantes es una característica definitoria del sector de los medios de comunicación (Ingram, 2012; Wolff, 2012). Cuando los anunciantes evalúan la mejor manera de llegar a sus consumidores potenciales, las fortalezas y debilidades de las plataformas de medios digitales como Facebook, Twitter y Google se analizan en conjunto con las opciones que ofrecen los medios más tradicionales, como la televisión abierta, el cable, y las publicaciones impresas y en línea. Además, estas plataformas de medios digitales están demostrando ser cada vez más efectivas en desviar los ingresos de publicidad de estos otros sectores de medios (Bhattacharyya, 2016). Desde esta perspectiva, es difícil cuestionar que todas estas empresas se encuentran operando dentro del mismo sector empresarial. Y es un negocio al

cual, como ha demostrado la historia (ver más arriba), las empresas pueden ingresar sin poseer o producir su propio contenido.

3. Motivaciones subyacentes

Hasta el momento, la discusión se ha centrado en las razones explicitadas por estas empresas de medios digitales para ser consideradas compañías de tecnología en lugar de compañías de medios. El siguiente paso es mirar más allá de las explicaciones que sostienen esta lógica y considerar algunas de las razones subyacentes por las cuales este argumento se sostiene de manera sistemática.

3.1. Apelar a la comunidad de inversores

Quizás la razón más obvia por la cual las plataformas de redes sociales y los agregadores de contenido digital prefieren ser consideradas como compañías de tecnología en lugar de compañías de medios es que esa etiqueta trae consigo un potencial de cotizaciones mucho más altas por parte de la comunidad de inversores (véase, por ejemplo, Fox, 2014). Como aclara el inversionista Chris Dixon, la clasificación tiene implicaciones significativas en ese sector. Tal como él afirma, “una de las cosas más importantes que debe hacerse en una inversión de riesgo en una etapa posterior es pensar rigurosamente en cómo son clasificadas las empresas” (en Kafka, 2014: 1). Como se ha observado con frecuencia, la comunidad de inversores generalmente ve un mayor potencial de ingresos en el sector de la tecnología que en el de los medios de comunicación (véase, por ejemplo, Bond, 2007; Roberts, 2016), y parece haber mantenido una distinción rígida entre estos dos sectores a pesar de una creciente evidencia de lo contrario. Presentarse a sí mismo como una empresa de tecnología en lugar de una compañía de medios es “lo que los capitalistas de riesgo [quieren] escuchar” (Morrisey, 2016: 1). Como ha señalado Elizabeth Spires, directiva de medios digitales, “los inversores institucionales no financian los servicios de medios” (Benton, 2014: 1).

Hasta cierto punto, este fenómeno puede reflejar una perspectiva cultivada por las trayectorias dispares de las empresas digitales líderes y pioneras, Google y Yahoo, y quizás también por los choques culturales que fueron fundamentales para la desaparición de AOL-Time Warner. Yahoo “desplazó a los ingenieros” (Foremski, 2014: 1) desde los inicios de su historia en un esfuerzo por convertirse

en una compañía de medios plena. En su apogeo, Yahoo incluso consideró la compra de la cadena NBC en un intento por integrarse como medio tradicional. Estos esfuerzos por evolucionar de un motor de búsqueda o “portal” (una denominación que fue muy popular durante un breve tiempo) a una compañía de medios completa obviamente fracasaron estrepitosamente en comparación con el enfoque estratégico más tecnocrático de Google.

La fusión de AOL-Time Warner se ha convertido en un caso de estudio icónico sobre cómo la incompatibilidad de las culturas corporativas sumergió el tipo de integración de los medios tradicionales con los nuevos medios, que la mayoría de los analistas predijo como un resultado deseable –e incluso inevitable– de la convergencia digital (McGrath, 2015). La principal conclusión de este desastre fue que “la gente de la tecnología” y la “gente de los medios de comunicación” no funcionaron particularmente bien juntos y, quizás lo más importante, no parecieron ser capaces de captar la idiosincrasia de los negocios del otro (McGrath, 2015). Al final, AOL fue expulsado del conglomerado y el nombre completamente borrado de la identidad de la compañía.

Los caminos recorridos por Yahoo y AOL-Time Warner probablemente hayan ayudado a reforzar la lógica de la estrategia por mantener al menos la ilusión de distancia y distinción con respecto al sector de los medios de comunicación. El resultado final, en todo caso, es que las plataformas de redes sociales y los agregadores de contenido digital se enfrentan a un fuerte incentivo para definirse de la manera que mejor resuena con las percepciones y prioridades de la comunidad de inversores, que continúa manteniendo una estricta separación o distinción artificial entre empresas de tecnología y empresas de medios.

3.2. Las motivaciones legales y de políticas públicas

También es importante considerar las motivaciones legales y de políticas públicas para ser considerado como una empresa de tecnología en lugar de una compañía de medios. Como se ilustró en el ejemplo anterior de Uber, la forma en que una empresa es clasificada puede tener importantes consecuencias legales y de políticas públicas. Sin duda, esto también ocurre desde hace tiempo en el sector de los medios.

Por ejemplo, al decidir acerca de la constitucionalidad de la Ley de Decencia en las Comunicaciones⁷ (que aplicaba el modelo regulatorio de los medios audiovisuales a Internet), la Corte Suprema de los Estados Unidos tuvo dificultades para definir si el trato hacia el mundo *online* es equiparable a la telefonía, la prensa escrita o un medio audiovisual (Stein, 1997). Dada la larga tradición en los Estados Unidos de aplicar regímenes regulatorios completamente diferentes a diversas tecnologías de comunicación en función de sus características tecnológicas, el argumento de equiparar a Internet por analogía con otro sistema de comunicación -si esto fuera posible- tiene implicancias de gran alcance a nivel normativo y de políticas públicas. Más recientemente, la decisión de la FCC de imponer regulaciones de neutralidad de red a los proveedores de servicios de Internet (ISPs) se basó en la reclasificación de los proveedores de servicios de Internet como proveedores de servicios de telecomunicaciones (similar a las compañías telefónicas) en lugar de proveedores de servicios de información (similares a los servicios de alojamiento web) (U.S. Federal Communications Commission, 2015; Rinehart, 2015). La autoridad regulatoria de la FCC sobre los proveedores de servicios de telecomunicaciones es mucho mayor que su autoridad sobre los proveedores de servicios de información (una vez más, diferentes tecnologías y servicios frecuentemente operan bajo distintos modelos regulatorios); tanto es así que el régimen de neutralidad de la red impuesto por la FCC sería inadmisibles si los ISPs fueran clasificados como proveedores de servicios de información (Patel, 2014). Con la FCC de Trump es inminente la revocación de estas regulaciones de neutralidad de la red que probablemente implique otra ronda de reclasificación.

Los agregadores de contenido digital, como las plataformas de redes sociales, están comenzando a confrontar con temas similares en relación a la clasificación de sus servicios. Esto quedó bien ilustrado por algunos de los desafíos legales que enfrentó Twitter. En un caso relacionado con una citación del gobierno para obtener información (incluidos los tweets) de un usuario individual, el tribunal sugirió que Twitter era análogo a “gritar por la ventana” (Nueva York v. Harris, 2012). En otra citación que recibió Twitter por la información de la dirección IP de algunos de sus usuarios (que estaban asociados con la organización Wikileaks), la corte usó una clasificación diferente, comparando a Twitter, y las direcciones

⁷ N. del T. Esta ley fue sancionada en 1996 en los Estados Unidos e intentó regular el material pornográfico en internet. Fue declarada inconstitucional por la Corte Suprema de ese país en 1997.

IP utilizadas para conectarse al sitio, con el uso del teléfono (Nueva York vs. Harris, 2012).

Una pregunta fundamental que subyace a estos esfuerzos de clasificación de los servicios implica si, o en qué medida, Twitter tiene la propiedad y la autoridad editorial sobre el contenido que circula en su plataforma. Al explorar las problemáticas de la clasificación de los servicios, los analistas de la industria han señalado que “ha sido... conveniente para Twitter hacerse pasar por una empresa tecnológica cuando se trata de posibles cargas legales y regulatorias” (Rana, 2012: 1). Por ejemplo, en respuesta a una orden judicial para obtener información sobre un usuario que fue arrestado durante una protesta de *Occupy Wall Street*, Twitter adoptó la posición legal de que no es propietario de los tweets individuales (Rana, 2012), una postura que parece operar en conflicto con las diversas formas de decisión editorial en las que la empresa se ha visto involucrada en relación al contenido de su plataforma (véase, por ejemplo, Guynn, 2016; Ingram, 2012).

La realidad es que las plataformas como Twitter tienen un margen de maniobra sustancial para participar en la decisión editorial sobre el contenido que alojan sin activar la categorización como editor y, por lo tanto, limitando las responsabilidades legales de gran alcance que atañan a esa figura. Esta es la esencia de la Sección 230 de la Ley de Telecomunicaciones de 1996. La Sección 230 proporciona una amplia protección a las plataformas tales como los motores de búsqueda, los proveedores de servicios de Internet y los sitios de redes sociales frente a la responsabilidad legal por cualquiera de los discursos de terceros que alojan, agregan o distribuyen. Desde este punto de vista, las plataformas de redes sociales y los curadores de contenido digital están protegidos de muchas de las obligaciones negativas (es decir, las obligaciones de vigilar/proteger contra la circulación de diversos tipos de discurso) asociadas con las compañías de medios; o, en palabras de la Sección 230, “proveedores de contenido de información”. Una gran parte de la vigilancia de contenidos con la que se comprometen estas plataformas, es importante enfatizar, es en realidad voluntaria (bajo lo que se conoce como la “disposición del buen samaritano”), lo cual no difiere de la forma en que la industria de la televisión por cable ha restringido durante mucho tiempo el lenguaje obsceno y la desnudez en la programación que proporcionan, a pesar de estar fuera de los límites de las reglamentaciones sobre contenidos indecentes de la FCC.

Sin embargo, en muchos sectores de la industria de los medios de comunicación también hay una larga tradición de obligaciones afirmativas (es decir, obligaciones de proporcionar ciertos tipos de discurso). Las compañías de medios electrónicos han operado históricamente bajo un conjunto único de responsabilidades sociales impuestas por el gobierno y han planteado durante mucho tiempo que estas imposiciones son pesadas y costosas. En los Estados Unidos, estas responsabilidades sociales han tomado la forma de diverso tipo de “obligaciones de interés público” (Napoli, 2015). Incluso aquellas compañías de medios electrónicos que se dedican principalmente a la distribución de contenido (como los sistemas de cable, ISPs y prestadores de servicios satelitales) han estado sujetas a obligaciones como proporcionar a los suscriptores acceso a niveles mínimos de programación pública, educativa y gubernamental; niveles mínimos de contenidos de producción local; proporcionar acceso de banda ancha a escuelas y bibliotecas, y brindar a los candidatos políticos la posibilidad de emitir anuncios en estas plataformas a tasas reducidas (U.S. Federal Communications Commission, 2016a). Por un tiempo, tales obligaciones de interés público se volvieron particularmente agresivas, como en el caso de la Doctrina de la Imparcialidad que, durante la década de 1970 y parte de la década de 1980, exigía a los emisores (dada su importante posición de cuello de botella) que proporcionen cantidades equivalentes de cobertura a las diferentes perspectivas sobre temas controvertidos de importancia pública (Ruane, 2011).

Incluso las regulaciones estructurales por motivos económicos y la supervisión gubernamental se han impuesto históricamente de forma más agresiva en el sector de los medios de comunicación que en otros rubros de la industria, debido a las preocupaciones sobre la relación entre la competencia en los mercados de los medios y el funcionamiento efectivo del “mercado de ideas” (Napoli, 2001). Una variedad de regulaciones de la propiedad persiste en el sector de los medios electrónicos, a pesar de la creciente competencia facilitada por Internet y la reducción de las barreras de entrada para ingresar a diversos mercados de medios (U.S. Federal Communications Commission, 2016b). Las fusiones en el sector de los medios electrónicos se someten a una revisión separada de “interés público” más allá del control estándar que todas las operaciones experimentan en términos de su impacto en la competencia, en el cual las preocupaciones que no tienen ninguna relación con el efecto en la competencia pueden incluirse en el proceso de aprobación, y en el que a menudo se imponen diversas condiciones orientadas al interés público para aprobar una fusión (Sallet, 2014).

El punto clave en la revisión de cómo se aplica la noción de interés público en el contexto de la regulación de los medios electrónicos es ilustrar que la clasificación como compañía de medios de comunicación ha significado históricamente una supervisión gubernamental más intensiva en la forma de obligaciones afirmativas para servir al interés público, y una regulación más estricta en áreas tales como la concentración de la propiedad. Dadas estas mayores cargas regulatorias que recaen sobre el sector de los medios electrónicos, se puede observar por qué las plataformas de medios digitales trabajarían para establecer una identidad organizativa que las ubique fuera de este modelo regulatorio.

Cabe imaginar, por ejemplo, qué sucedería si Facebook tuviera que operar bajo una “Doctrina de la Imparcialidad” para su red social. De muchas maneras, las controversias que surgieron en torno a la supuesta supresión de noticias conservadoras o la circulación de noticias falsas durante las elecciones presidenciales de 2016 [en los Estados Unidos] pueden considerarse como el tipo de chispa que podría haber encendido una discusión de este estilo. O, sin duda, se podría imaginar una plataforma de medios digitales como Facebook, con su posición dominante en el mercado, cada vez más preocupada por la posibilidad de que se aplique un análisis de competencia -con una lógica más orientada a los medios- por su creciente dominio tanto en el mercado económico como en el mercado de las ideas (véase Thompson, 2016). Los datos recientes muestran hasta qué punto se ha desarrollado un duopolio Facebook/Google en publicidad *online* y móvil (Slefo, 2017). El hecho sorprendente de que tales hallazgos no hayan desencadenado aún un debate en el discurso de las políticas públicas de los Estados Unidos tal vez pueda atribuirse al éxito que hasta ahora ha tenido la retórica de “somos una compañía tecnológica y no un medio de comunicación”.

Tal como esta discusión ha intentado dejar en claro, la pregunta sobre si las plataformas como Facebook y Twitter son compañías de medios o de tecnología no es solo una cuestión de semántica sino parte de una estrategia discursiva más amplia. El éxito de esta estrategia tiene importantes consecuencias legales y de políticas públicas, y las motivaciones económicas, legales y políticas de las plataformas digitales hacen que esta (mal) interpretación de sí mismas como compañías tecnológicas en lugar de compañías de medios sea tan convincente.

4. ¿Por qué es importante?

“Las palabras importan”, tal como lo han señalado investigadores en políticas de comunicación (Lentz, 2013). Los términos específicos empleados en el discurso y en los documentos que dan forma y reflejan las decisiones de políticas públicas tienen profundas consecuencias. Por lo tanto, se utilizan estratégicamente, a menudo en un esfuerzo por definir los contornos de un problema o para influir sobre los actores [*stakeholders*] comprendidos dentro de los parámetros de determinada propuesta de política pública (véase, por ejemplo, Lentz, 2011; Streeter, 1987). Una estrategia discursiva específica de varios actores [*stakeholders*], dentro del contexto de los medios y las comunicaciones, ha sido emplear un enfoque fuertemente tecnológico, tratando a las tecnologías digitales de las comunicaciones y los medios como agentes autónomos y/o definiendo de manera acotada el terreno de las políticas públicas exclusivamente en términos de problemas técnicos complejos, excluyendo preocupaciones sociales más amplias (Napoli, 2009; Streeter, 1987). Los académicos especializados en gobernanza de Internet, por ejemplo, han observado una tendencia entre varias partes interesadas [*stakeholders*] al tratar de despojar diversos aspectos de su significado político y cultural más amplio, buscando en su lugar encuadrar estas cuestiones en términos técnicos más estrechos, un proceso que en última instancia margina a las partes interesadas y a los problemas de gobernanza de un enfoque fundamentalmente político o cultural (véase, por ejemplo, Raboy y Landry, 2005). Esta tecnocratización del discurso de las políticas públicas sirve como un importante telón de fondo para el argumento “somos una compañía tecnológica y no un medio de comunicación” que aquí se considera.

En última instancia, encuadrar a las plataformas de redes sociales y a los agregadores de contenido digital exclusivamente como empresas tecnológicas margina las crecientes dimensiones políticas y culturales de su operación, que se hacen más pronunciadas a medida que estas plataformas se vuelven guardianes [*gatekeepers*] centrales de noticias e información en el ecosistema de medios contemporáneo. En estas situaciones, donde hay una desconexión entre la función y el encuadre, tenemos un “discurso [que] sirve para dar forma a una institución que falla en describir” (Streeter, 1987: 176). Este encuadre tecnocéntrico puede contribuir a que las plataformas operen en gran medida fuera de los marcos legales y regulatorios establecidos para las organizaciones de medios electrónicos; marcos que se establecieron en gran parte debido a las importantes dimensiones políticas y culturales de su funcionamiento.

Esta situación se vuelve particularmente preocupante, ya que estas plataformas evolucionan inevitablemente de manera que invalidan aún más la distinción entre compañía tecnológica y medio de comunicación. Por ejemplo, como se señaló previamente, al igual que las generaciones anteriores de distribuidores de contenidos, como los sistemas de cable y satélite y, más recientemente, YouTube y Netflix (Kokalitcheva, 2016; Napoli, 2016), Facebook ha comenzado a integrarse verticalmente con la creación de contenidos. La compañía ha iniciado un esfuerzo para producir programación de video original (Kafka, 2014). Y, a raíz de las críticas masivas sobre el papel de Facebook en la difusión de noticias falsas durante las elecciones de 2016 [en los Estados Unidos], la compañía ha iniciado el Proyecto de Periodismo de Facebook [*Facebook Journalism Project*]. Entre los objetivos de esta iniciativa se hallan el “forjar vínculos más profundos con los editores por medio de la colaboración con herramientas y características de publicación” (Isaac, 2017: 1). Esta integración más profunda en la dinámica de la producción y distribución de noticias es, quizás, el primer paso hacia una verdadera integración vertical en el ámbito de las noticias; pero es, como mínimo, un cambio en la dirección de la organización en relación al periodismo que socava aún más los argumentos que se oponen a la categorización como una empresa de medios (Baram, 2017).

Tal vez no sea sorprendente, entonces, que el CEO de Facebook, Mark Zuckerberg, haya comenzado a suavizar ligeramente su postura con respecto a la identidad organizativa de Facebook. En diciembre de 2016 describió a Facebook “no como una compañía de medios *tradicional*” (en Constine, 2016, énfasis agregado). La posición evolutiva de Zuckerberg recuerda a Google, que después de años de insistir en que no era una compañía de medios declaró en su reporte anual ante la SEC [*U.S. Security and Exchange Commission*] en 2005 que “comenzamos como una empresa de tecnología y hemos evolucionado hacia una de software, tecnología, Internet, publicidad y medios todo en uno” (citado en BIA/Kesley, 2005). En ambos casos, la postura consiste en continuar manteniendo puntos significativos de distinción y separación de las compañías de medios tradicionales. Más allá de ello, en el momento en que estas firmas reconocen que son empresas de medios de comunicación de algún tipo, ya han cosechado varios beneficios asociados con el hecho de no ser percibidas o tratadas como compañías de medios. En efecto, parte de la forma en que estas firmas son capaces de evolucionar hacia empresas mediáticas dominantes es evadiendo los marcos legales y regulatorios aplicables a los medios de

comunicación, los que pueden inhibir su rápida expansión y/o imponer mayores responsabilidades legales y/o costos de responsabilidad social a lo largo del camino. Y la estrategia discursiva discutida aquí probablemente juegue un papel en facilitar esta elusión.

Es importante enfatizar que no hemos buscado aquí elaborar recomendaciones para realizar intervenciones legales o regulatorias específicas. Nuestro objetivo simplemente ha sido resaltar los defectos lógicos y las motivaciones subyacentes de una estrategia discursiva que desvincula a las plataformas de redes sociales de los marcos normativos, legales y regulatorios que tradicionalmente han sido aplicados a aquellas instituciones que desempeñaron las funciones que estas plataformas tienen ahora. Por este motivo, hemos intentado rechazar esta caracterización puramente tecnológica de las redes sociales y los agregadores de contenido digital, con la esperanza de que el discurso de la política pública y la gobernanza sobre estas plataformas refleje mejor el hecho de que los puntos de continuidad entre los medios tradicionales y los nuevos son más fuertes de lo que se sugiere.

Conclusión

A lo largo de la historia de los medios, las tecnologías y los servicios de comunicación han evolucionado para cumplir funciones que, finalmente, son muy diferentes de aquellas para las que fueron creados. La radio fue creada para facilitar la comunicación entre los barcos y la tierra firme. La videgrabadora se creó para facilitar la grabación de videos domésticos, ya que sus inventores no tenían idea acerca de la enorme industria de venta/alquiler de videos que surgiría. Internet fue creada para facilitar la comunicación entre el gobierno y los investigadores académicos. Facebook fue creado para ayudar a los estudiantes universitarios a identificar compañeros atractivos.

La velocidad con la que pueden evolucionar las funcionalidades de las tecnologías de la comunicación puede llevar a un estado perceptivo de retraso persistente con respecto a la realidad. Cuando la funcionalidad en cuestión implica informar e influir sobre el proceso democrático, dicho retraso perceptivo puede tener ramificaciones peligrosas y profundas. Las elecciones de 2016 [en los Estados Unidos] parecen haber provocado cierta actualización en este sentido, ya que los usuarios, periodistas, responsables políticos, académicos, e incluso los

ejecutivos de estas plataformas, se encuentran desarrollando un sentido más claro del papel cada vez más influyente que éstas se hallan jugando en el proceso democrático. Aún está por verse si esta mayor claridad conduce a normas y estructuras de gobierno que sirvan mejor al interés público, algo que debería ser un foco de investigación a futuro.

Finalmente, por mucho que este artículo haya sostenido que las plataformas de redes sociales y los agregadores de contenido digital encajan bastante bien dentro de los parámetros de las organizaciones de medios, se podría argumentar con toda facilidad que es necesario y apropiado que nuestra comprensión de las empresas de medios evolucione completamente para abarcar la estructura y el funcionamiento de estas plataformas. Las aproximaciones conceptuales recientes sobre los medios de comunicación parecen reflejar esta perspectiva (véase Hess, 2014). Deuze (2007: 9), por ejemplo, enfatiza que “las industrias de medios producen contenido, sí, pero también invierten en plataformas para la conectividad”. Quizás sea hora de delinear de manera más rigurosa, como mínimo, los contornos y los parámetros de la contemporánea e híbrida empresa de tecnología/medios, y comenzar a articular si estas compañías deberían encajar en los marcos legales, regulatorios y periodísticos existentes y de qué modo; o si es preciso idear nuevos encuadres o modificar los existentes para que reflejen su naturaleza heterogénea.

Referencias

- Baram, M. (2017, 11 de enero). Facebook finally admits it's a giant media company — almost. *Fast Company*. Recuperado de <https://www.fastcompany.com/3067148/facebook-finally-admits-its-a-giant-media-company-almost>
- Bell, E. (2016, 7 de marzo). Facebook is eating the world. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de http://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php
- Benton, J. (2014, 11 de Agosto). Elizabeth Spiers on BuzzFeed and other ‘tech’ companies: “You’re still a media company”. *Nieman Lab*. Recuperado de

<http://www.niemanlab.org/2014/08/elizabeth-spiers-on-buzzfeed-and-other-tech-companies-youre-still-a-media-company/>

Bhattacharyya, S. (2016, 26 de octubre). Digital ads to overtake traditional ads in U.S. local markets by 2018. *Advertising Age*. Recuperado de <http://adage.com/article/cmo-strategy/local-ads-digital-2018-biakelsey/306468/>

BIA/Kelsey (2005, 4 de abril). Google 10-K: 'We're a media company,' and other tidbits. BIA Advisory Services. Recuperado de <http://blog.biakelsey.com/index.php/2005/04/04/google-10-k-were-a-media-company-and-other-tidbits/>

Bilton, N. (2012, 25 de julio). Is Twitter a media company or a technology company?. *New York Times*. Recuperado de <http://bits.blogs.nytimes.com/2012/07/25/is-twitter-a-media-or-technology-company/>

Bogust, I. (2016, 3 de Agosto). Facebook is not a technology company. *Atlantic*. Recuperado de <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/08/facebook-is-not-a-technology-company/494183/>

Bond, P. (2007, 28 de septiembre). Fresh Facebook draws attention. *Hollywood Reporter*. Recuperado de <http://www.hollywoodreporter.com/news/fresh-facebook-draws-attention-151237>

Caplan, R. (2016, 17 de mayo). Like it or not, Facebook is now a media company. *New York Times*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/roomfordebate/2016/05/17/is-facebook-saving-journalism-or-ruining-it/like-it-or-not-facebook-is-now-a-media-company>

Carney, M. (2015, 20 de febrero). As Uber fights to maintain its technology company classification in India, the rest of the world watches. *Pando*. Recuperado de <https://pando.com/2015/02/20/as-uber-fights-to-maintain-its-technology-company-classification-in-india-the-rest-of-the-world-watches/>

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

- Constine, J. (2016, 21 de diciembre). Zuckerberg implies Facebook is a media company, just 'not a traditional media company' *TechCrunch*. Recuperado de <https://techcrunch.com/2016/12/21/fbonc>
- Constine, J. (2015, 12 de mayo). Facebook starts hosting publishers' 'instant articles'. *TechCrunch*. Recuperado de <https://techcrunch.com/2015/05/12/facebook-instant-articles/>
- Cukier, J. (2016, 1 de marzo). Why is Uber considered a technology company and a lot of people place it among tech giants like Google, Facebook, etc?. *Quora*. Recuperado de <https://www.quora.com/Why-is-Uber-considered-a-technology-company-and-a-lot-of-people-place-it-among-tech-giants-like-Google-Facebook-etc>
- Curtin, M.; Holt, J y Sanson, K (eds.) (2014). *Distribution revolution: Conversations about the digital future of film and television*. Berkeley: University of California Press.
- Deuze, M. (2007). *Media work*. Cambridge: Polity Press.
- DeVito, M. (2016). From editors to algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism* 5 (6), 1–21. DOI <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2016.1178592>
- Dixon, C. (2014, 10 de agosto). BuzzFeed. *CDixon Blog*. Recuperado de <http://cdixon.org/2014/08/10/buzzfeed/>
- D'Onfro, J. (2016, 29 de agosto). Facebook is telling the world it's not a media company, but it might be too late. *Business Insider*. Recuperado de <http://www.businessinsider.com/mark-zuckerberg-on-facebook-being-a-media-company-2016-8>
- Dougherty, C y Steel, E. (2015, 21 de octubre). YouTube introduces YouTube Red, a subscription service. *New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2015/10/22/technology/youtube-introduces-youtube-red-a-subscription-service.html>
- Etherington, D. (2016, 14 de diciembre). Facebook exploring creation of its own content. *TechCrunch*. Recuperado de

<https://techcrunch.com/2016/12/14/facebook-exploring-creation-of-its-own-original-video-content/>

Fiegerman, S. (2016, 15 de junio). Dear Facebook, you're a media company now. Start acting like one. *Mashable*. Recuperado de <http://mashable.com/2016/05/15/facebook-media-company/>

Fiveash, K. (2016, 20 de agosto). 'We're a tech company not a media company,' says Facebook founder. *Ars Technica*. Recuperado de <https://arstechnica.com/tech-policy/2016/08/germany-facebook-edit-hateful-posts-zuckerberg-says-not-media-empire/>

Foremski, T. (2004, 11 de diciembre). Stuff you didn't know about Google — A report from the Googleplex Xmas party. *SiliconValleyWatcher*. Recuperado de http://www.siliconvalleywatcher.com/mediawatch/archives/2004/12/stuff_you_didnt.php

Fox, J. (2014, 13 de agosto). Why it's good to be a 'technology company'. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2014/08/why-its-good-to-be-a-technology-company/>

Gillespie, T. (en prensa). Regulation of and by platforms. En Burgess, J., Poell, T. y Marwick, A. (eds). *Sage handbook of social media*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE. Recuperado de <https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2016/12/Gillespie-Regulation-ofby-Platforms-PREPRINT.pdf>

Gillespie, T. (2017). Algorithmically recognizable: Santorum's Google problem and Google's Santorum problem. *Information, Communication & Society*, 20 (1), 63–80. DOI <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2016.1199721>

Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, 12 (3). 347–364. DOI <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809342738>,

Gottfried, J. y Shearer, E. (2016, 26 de mayo). News use across social media platforms 2016. *Pew Research Center*. Recuperado de <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>

- Guynn, J. (2016, 16 de noviembre). Twitter suspends alt right accounts. *USA Today*. Recuperado de <http://www.usatoday.com/story/tech/news/2016/11/15/twitter-suspends-alt-right-accounts/93943194/>
- Helft, M. (2008, 10 de agosto). Is Google a media company?. *New York Times*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2008/08/11/technology/11google.html>
- Hess, T. (2014). What is a media company? A reconceptualization for the online world. *International Journal on Media Management* 16 (1). 3–8. DOI <http://dx.doi.org/10.1080/14241277.2014.906993>
- Ingram, M. (2012, 16 de mayo). Facebook's biggest problem is that it's a media company. *Gigaom*. Recuperado de <https://gigaom.com/2012/05/16/facebooks-biggest-problem-is-that-its-a-media-company/>
- Isaac, M. (2017, 11 de enero). Facebook, nodding to its role in media, starts a journalism project. *New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2017/01/11/technology/facebook-journalism-project.html>
- Isaac, M. (2016, 12 de mayo). Facebook, facing bias claims, shows how editors and algorithms guide news. *New York Times*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2016/05/13/technology/facebook-guidelines-trending-topics.html>
- Jarvis, J. (2016, 11 de mayo). Facebook needs an editor. *Medium*. Recuperado de <https://medium.com/whither-news/facebook-needs-an-editor-b388f789a9c3>
- Kafka, P. (2014, 11 de agosto). How Jonah Peretti and BuzzFeed got to 850 million. *Recode*. Recuperado de <http://www.recode.net/2014/8/11/11629746/how-jonah-peretti-and-buzzfeed-got-to-850-million>.

- Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society* 20 (1). 14–29. DOI <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154087>.
- Koetsier, J. (2012, 22 de agosto). Exclusive: Cheezburger will take page out of Reddit's playbook, allow users to create own subsites. *Venturebeat*. Recuperado de <http://venturebeat.com/2012/08/22/exclusive-cheezburger-will-take-page-out-of-reddits-playbook-allow-users-to-create-own-subsites/>
- Kokalitcheva, K. (2016, 10 de febrero). YouTube's first lineup of original content is here. *Fortune*. Recuperado de <http://fortune.com/2016/02/10/youtube-originals-release/>
- Kramer, S. D. (2006, 12 de junio). Google is still a tech company. Really. *Gigaom*. Recuperado de <https://gigaom.com/2006/06/12/google-is-still-a-tech-company-really/>
- Langer, A. (2003, 10 de septiembre). Is Steve Jobs the god of music? *Esquire*. Recuperado de <http://www.esquire.com/news-politics/a11177/steve-jobs-esquire-interview-0703/>
- Lentz, R. (2013). Excavating historicity in the U.S. network neutrality debate: An interpretive perspective on policy change. *Communication, Culture, & Critique* 6 (5). 568–597. DOI <http://dx.doi.org/10.1111/cccr.12033>
- Lentz, R. (2011). Regulation as linguistic engineering. En Mansell, R. y Raboy, M. (eds). *Handbook of global media and communication policy*. New York: Blackwell 432–448. DOI <http://dx.doi.org/10.1002/9781444395433.ch27>
- Manjoo, F. (2016, 11 de mayo). Facebook's bias is built-in, and bears watching. *New York Times*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2016/05/12/technology/facebooks-bias-is-built-in-and-bears-watching.html>,
- Gunther McGrath, R. (2015, 10 de enero). 15 years later, lessons from the failed AOL-Time Warner merger. *Fortune*. Recuperado de <http://fortune.com/2015/01/10/15-years-later-lessons-from-the-failed-aol-time-warner-merger/>

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

- Mickey, B. (2013, 29 de octubre). Are you a technology company or a media company? *Folio*. Recuperado de <http://www.foliomag.com/are-you-technology-company-or-media-company/>
- Morrissey, B. (2016, 6 de mayo). BuzzFeed's Dao Nguyen: 'We don't think of ourselves as an island'. *Digiday*. Recuperado de <http://digiday.com/publishers/buzzfeed-dao-nguyen-digiday-podcast/>
- Nadler, A. M. (2016). *Making the news popular: Mobilizing U.S. news audiences*. Champaign: University of Illinois Press.
- Napoli, P. M. (2016). Requiem for the long tail: Towards a political economy of content aggregation and fragmentation. *International Journal of Media & Cultural Politics* 12 (3). 341–356. DOI http://dx.doi.org/10.1386/macp.12.3.341_1.
- Napoli, P. N. (2015). Social media and the public interest: Governance of news platforms in the realm of individual and algorithmic gatekeepers. *Telecommunications Policy* 39 (9). 751–760. DOI <http://doi.org/10.1016/j.telpol.2014.12.003>
- Napoli, P. N. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York: Columbia University Press.
- Napoli, P. N. (2008). Bridging cultural policy and media policy. *Journal of Arts Management, Law, and Society* 37 (4). 311–322. DOI <http://dx.doi.org/10.3200/JAML.47.4.311-332>
- Napoli, P. N. (2001). *Foundations of communications policy: Principles and process in the regulation of electronic media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Napoli, P. N. y Caplan, R. (2016). When media companies insist they're not media companies and why it matters for communications policy. Ponencia presentada en la *Telecommunications Policy Research Conference* (Arlington, Va.). Recuperado de <http://dukespace.lib.duke.edu/dspace/handle/10161/13897>.
- New York v. Harris, 2012. 36 Misc. 3d 868; 949 N.Y.S.2d 590; 2012 N.Y. Misc. LEXIS 3076; 2012 NY Slip Op 22175. Ver también <https://www.eff.org/cases/new-york-v-harris>.

- Nunez, M. (2016a, 9 de mayo). Former Facebook workers: We routinely suppressed conservative news. *Gizmodo*. Recuperado de <http://gizmodo.com/former-facebook-workers-we-routinely-suppressed-conser-1775461006>,
- Nunez, M. (2016b, 3 de mayo). Want to know what Facebook really thinks of journalists? Here's what happened when it hired some. *Gizmodo*. Recuperado de <http://gizmodo.com/want-to-know-what-facebook-really-thinks-of-journalists-1773916117>
- Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Patel, N. (2014, 15 de enero). The wrong words: How the FCC lost net neutrality and could kill the Internet. *The Verge*. Recuperado de <http://www.theverge.com/2014/1/15/5311948/net-neutrality-and-the-death-of-the-internet>
- Picard, R. (2011). *The economics and financing of media companies*. Segunda edición. New York: Fordham University Press.
- Perez, S. y Shieber, J. (2017, 27 de febrero). YouTube Unveils YouTube TV, its live TV streaming service. *TechCrunch*. Recuperado de <https://techcrunch.com/2017/02/28/youtube-launches-youtube-tv-its-live-tv-streaming-service/>
- Pierson, D. y Dave, P. (2016, 31 de mayo). If Facebook promotes propaganda, can it be a neutral news platform? *Los Angeles Times*. Recuperado de <http://www.latimes.com/business/la-fi-tn-eu-tech-20160531-snap-story.html>
- Raboy, M. y Landry, N. (2005). *Civil society, communication, and global governance: Issues from the World Summit on the Information Society*. New York: Peter Lang.
- Rana, S. (2012, 12 de julio). Is Twitter a technology platform, a media company — or both? *Tech2*. Recuperado de <http://tech.firstpost.com/news-analysis/is-twitter-a-technology-platform-a-media-company-or-both-29998.html>

Por qué las empresas de medios insisten en que no son empresas de medios, por qué están equivocadas y por qué es importante

- Rinehart, W. (2015). A semantic network analysis of the network neutrality debate. Ponencia presentada en la *Research Conference on Communication, Information and Internet Policy*. Recuperado de <https://tprc2015.sched.com/event/3v9Q/a-semantic-network-analysis-of-the-network-neutrality-debate>
- Robinson, J. (2016, 23 de noviembre). Merkel vows to regulate ‘fake news’ after blaming social media for the rise of populist politics and ‘making it harder to form people’s opinions than it was 25 years ago’. *Daily Mail*. Recuperado de <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3964366/Merkel-vows-regulate-fake-news-blaming-social-media-rise-populist-politics-making-harder-form-people-s-opinions-25-years-ago.html>
- Roberts, J. J. (2016, 14 de noviembre). Why Facebook won’t admit it’s a media company. *Fortune*. Recuperado de <http://fortune.com/2016/11/14/facebook-zuckerberg-media/>
- Ruane, K. A. (2011, 13 de julio). Fairness Doctrine: History and constitutional issues. *Congressional Research Service*. Recuperado de <https://www.fas.org/sgp/crs/misc/R40009.pdf>

Aproximaciones a la problematización del objeto digital en el marco de la digitalización de la vida

Marcelo J. García Farjat y Sergio W. Salguero¹

Recibido: 01/04/2019; Aceptado: 22/04/2019

Cómo citar: García Farjat, M. y Salguero, S. W. (2019). Aproximaciones a la problematización del objeto digital en el marco de la digitalización de la vida. *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 47-67. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e003>

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo aproximarse a los objetos digitales, la pregunta por su materialidad y su modo de existencia como realidades presentes y desarrolladas en nuestra cotidianeidad digitalizada. La posibilidad de explorar las problematizaciones del objeto digital, en el marco del fenómeno creciente de digitalización, marca un impacto significativo en la existencia a partir de un supuesto empobrecimiento de la experiencia humana y de la constitución de una nueva subjetividad. Algunos interrogantes que permiten pensar estos objetos digitales y que van a guiar el artículo son los siguientes: ¿cómo pensar la existencia de los objetos digitales?, ¿cómo aproximarnos a pensar la materialidad de los objetos digitales más allá de su instrumentalidad? Desde estos interrogantes se analizan algunas posiciones esencialistas y se recuperan aspectos que apuntan a una materialidad expresada en las relaciones entre estos objetos más que a su concreción.

Palabras claves: objetos digitales, experiencia humana, digitalización.

Abstract

The objective of this paper is to approach digital objects, their substance and limits, taking into account that they are present and well-developed realities in our digitalized everyday life. The possibility of exploring the problematic of the digital objects in the context of the growing phenomenon of digitalization has a significant impact on society from a supposed impoverishment of human experience and the constitution of a new subjectivity. Some questions that allow us to

¹ García Farjat, Marcelo José. Lic. en Comunicación Social. Maestrando en Tecnología, Políticas y Culturas, Centro de Estudios Avanzados (CEA). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina. garciaf_marcelo@live.com.

Salguero, Sergio Walter. Prof. en Filosofía y Ciencias de la Educación. Especialista en Educación y TIC. Maestrando en Tecnología, Políticas y Culturas, Centro de Estudios Avanzados (CEA). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina. filosergiosofia@gmail.com.

think about these digital objects are the following: How do we think about the existence of digital objects? How do we approach reasoning the materiality of digital objects beyond their instrumentality? Considering these questions, some essentialist positions are analyzed, and aspects that point to a materiality expressed in the relations between these objects are recovered rather than their concretion.

Key words: digital objects, human experience, digitalization.

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo abordar objetos digitais, questionar sua materialidade e seu modo de existência como realidades presentes e desenvolvidas em nosso cotidiano digitalizado. A possibilidade de explorar as problematizações do objeto digital, no marco do crescente fenômeno da digitalização, marca um impacto significativo na existência, decorrente de um alegado empobrecimento da experiência humana e da constituição de uma nova subjetividade. Algumas perguntas que nos permitem pensar sobre esses objetos digitais e que orientarão o artigo são: como pensar sobre a existência de objetos digitais? Como podemos abordar a materialidade dos objetos digitais além de sua instrumentalidade? A partir dessas questões, analisam-se algumas posições essencialistas e recuperam-se aspectos que apontam para uma materialidade expressa nas relações entre esses objetos e não na sua concretização.

Palavras chave: objetos digitais, experiência humana, digitalização.

1. Introducción

[...] corremos el riesgo de no preguntarnos si nuestro modo de ser hombres no es demasiado antiguo para habitar la era de la técnica.

(Galimberti, 2001:37)

La informatización de la sociedad es un proceso que viene desarrollándose a una velocidad exponencial configurando cambios en los vínculos que establecemos con la técnica. La llamada *sociedad de la información* aparece como un marco o escenario con pretensiones de justificar innovaciones educativas, prácticas políticas y sociales hasta la necesidad de pensar una *antropología* o una nueva condición humana. Así lo expresa Eric Sadin (2017), citando a Jacques Ellul, recordando que:

La Técnica es, de hecho, el medio ambiente del hombre. Estas mediaciones se han generalizado, extendido, multiplicado de tal modo que

han terminado por constituir un nuevo universo... Hemos visto aparecer el ‘medio técnico’ (...) Ya no vive en contacto con las realidades de la tierra y del agua, sino con aquellos instrumentos y objetos que conforman la totalidad de su entorno (Sadín, 2017: 43).

Esta realidad marcada por la presencia de la técnica desequilibra de algún modo el perfil instituido para el pensador de la época: “la idea del filósofo como una figura que sobresale como mero crítico y defiende la pureza del pensamiento se ha borrado en el flujo del progreso tecnológico” (Hui & Lovink, 2016:1). Sin embargo, mientras diversos abordajes teóricos ingenieriles o instrumentalistas sostienen haber cubierto todas las aristas de la revolución tecnológica, aquello que impulsa precisamente esta revolución, el *software*, no ha sido evidenciado en sus efectos culturales y sociales: “Si no atendemos al software mismo corremos el peligro de siempre tratar con sus efectos más que con las causas: la salida que aparece en una pantalla de computadora más que los programas y culturas sociales que producen esas salidas” (Manovich, 2008: 4).

El presente trabajo busca aproximarse a la problematización de los objetos digitales entendidos como realidades presentes y desarrolladas en un mundo cotidiano digitalizado comprendido por mensajes convertidos en una sucesión de impulsos eléctricos, transformados en código binario generando diversos objetos digitales. La informatización le agrega a este proceso de digitalización órdenes y operaciones recursivas que transforman y mezclan expresiones previamente digitalizadas. Estos objetos, de carácter ubicuo, hacen difícil proponer una clara (y ya clásica) separación entre lo online y lo offline (Hui, 2017). El *giro computacional* (Berry, 2011a) y la mediatización intensiva de este entorno nos encuentra con una “tecnologización expansiva de las existencias”, provista de múltiples objetos digitales, en numerosas esferas de la vida. Textos, imágenes, sonidos, redes, son más que datos o metadatos o entidades abstractas. En este marco, surgen interrogantes que orientarán las reflexiones sobre los objetos digitales: ¿Cómo pensar la existencia de estos objetos digitales? ¿Cómo abordar su materialidad más allá de su instrumentalidad? Y desde estas preguntas indagar si todo proceso de digitalización causa un empobrecimiento de la experiencia humana. Será preciso revisar cierta concepción de la materialidad focalizada en la pregunta por la sustancia. Y a partir de la pregunta por lo digital o el modo de existencia de lo digital, reconocer aquellos marcos referenciales que abran la reflexión hacia la relevancia de las relaciones entre dichos objetos más que su concreción.

El recorrido propone, en primer lugar, indagar ciertos aspectos de los objetos digitales, principalmente desde la perspectiva fenomenológica de Hui, que permite pensar la sustancia y los límites del objeto digital ya que “los objetos son siempre objetos de experiencia” (Hui, 2017:81). Más aún si la filosofía, en el olvido de los objetos técnicos (y también diríamos, digitales), fracasa en “absorber el rápido desarrollo de la tecnología y el cambio social después de la revolución industrial” (85). Para ello, es necesario presentar algunos problemas que traen consigo posturas sustancialistas e instrumentales para entender la materialidad de los objetos digitales en el marco actual de la digitalización de la vida.

En este sentido se recuperan algunas advertencias que el propio Hui realiza al expresar que los objetos digitales no son simplemente unidades básicas de información expresadas en código binario, como lo propone la física digital o la ontología digital de E. Fredkin y S. Wolfram. Luego, retomando aportes de G. Simondon, se analizan las dificultades de ciertas posiciones esencialistas que afectan en la construcción de la relación cultura-técnica. En el desarrollo de la discusión, se presenta una aproximación al fenómeno de la digitalización y su impacto en la existencia, desde los aportes de E. Sadin y D. Berry, intentando escapar de los determinismos tecnológicos y reconociendo los movimientos de constitución de una nueva subjetividad. Para concluir, se intentará responder a los interrogantes planteados en esta introducción.

2. Una aproximación a la materialidad de los objetos digitales

La presente búsqueda se orienta a proponer un abordaje filosófico que tenga por objetivo identificar la realidad a la que se refieren los objetos digitales. La sola crítica cultural de la tecnología es insuficiente para la comprensión del fenómeno tecnológico. La experiencia con estos objetos configura la impresión generalizada de una apertura infinita y constitutiva de lo digital “que supone juegos combinatorios ilimitados vinculados con el aumento exponencial de los poderes de almacenamiento y tratamiento de los datos y con la variedad creciente de los tipos de datos disponibles” (Sadin, 2018: 27).

En este sentido, y a partir de la comprensión de sus implicancias en la vida “real”, será imprescindible avanzar hacia marcos teóricos que vayan más allá del

inicial concepto de lo “virtual”, concepto en boga hace unos años que se vinculaba a algunas comunidades y tipo de interacciones en medios digitales (Hui, 2016: 47). Ahora, “si la ontología comienza con la cuestión del ser, hay un problema si la comprensión del ser no está en el camino correcto, si esta no toma en cuenta la naturaleza de la tecnología” (Hui, 2017: 86). En la línea de la filosofía digital, y si bien los aportes de Fredkin (2003) son relevantes en términos físicos y computacionales, su abordaje atomista presenta limitaciones para tratar con el aspecto relacional de los objetos digitales al considerar que todo se basa en algún simple proceso discreto, bajo coordenadas espacio-temporales, y que todo cambio de índole informacional es una consecuencia de procesos informacionales digitales.

Asimismo, es posible descartar teorías duales que definen a los artefactos como estructuras físicamente diseñadas con determinadas funciones regidas por las intenciones de los seres humanos. Bajo esta órbita, el enfoque instrumentalista, en el desarrollo de una ontología de los artefactos, presenta ciertas limitaciones que dificultan la cabal comprensión de los objetos técnicos y digitales. La llamada “teoría de la instrumentalización” de Feenberg (2005), toma algunos aportes, por un lado, de filósofos como Heidegger y Marcuse, y por otro, de los estudios empíricos en ciencia y tecnología, que dan cuenta de las dificultades que trae consigo un enfoque instrumentalista para explicar y aprehender los desarrollos tecnológicos y su vinculación a las distintas sociedades. Esto responde, por un lado, a la proclamación de la neutralidad de la tecnología (la tecnología como un elemento puro), y por otro, a la asociación de este concepto a las herramientas; a lo meramente artefactual. Así, la tecnología se halla en un plano externo que permea los cambios sociales, se presenta avalorativa, acrítica y universal, siguiendo un camino racional, ordenado y autónomo. Esta concepción, extendida a los objetos digitales, permite advertir que si se constriñen a sus funciones predeterminadas, a lo que hacen los humanos con “intención” y “significado” (Latour, 2008), se soslayan aspectos esenciales que comprenden a estos como datos y procesos que producen agencia a partir de codificaciones:

...estamos tratando con “acciones de software”- ya que es un software el que define las opciones para navegar, editar y compartir el documento, en lugar del propio documento...Mientras que el contenido del archivo, obviamente, forma una parte de esta experiencia, está también formada por la interfaz y las herramientas proporcionadas por el software (Manovich, 2008: 14).

Es necesario, siguiendo el planteamiento de la teoría del Actor-Red, proponer un tratamiento de carácter simétrico entre objetos y seres humanos², a fin de dar cuenta sobre quién y qué participa en la acción (Latour, 2008). Será preciso descartar nociones que colocan en un segundo plano el papel de los objetos digitales para la comprensión de las tecnologías digitales en la cotidianidad y con ello, la consecuente construcción de nuevas subjetividades. También será deseable rechazar propuestas de abordaje que limiten la concepción de los objetos digitales a los significados circunscriptos al uso que disponen (y dispondrán) para la acción humana, y que fuera de ese marco semántico, estos objetos serían inaprensibles. Las cosas, expresa Latour (2008), podrían, más allá de “determinar” y servir como “telón de fondo para la acción humana”, ser capaces de autorizar, permitir, hacer posible, prohibir, etc. Cabe aclarar que esto no implica (desde esta perspectiva teórica) que los objetos reemplacen o desenvuelvan las actividades que, en apariencia, competen únicamente al ser humano, no se trata de otorgar privilegio epistemológico a los objetos. Por el contrario, se destaca la necesidad de no minimizar la agencia de los objetos en el contexto del estudio de la durabilidad y extensión de las distintas interacciones, en este caso, digitales.

Así, y en el marco de la ubicuidad de las tecnologías digitales, resulta necesario redefinir o repensar el modo de existencia de los objetos digitales y su interacción con los sujetos. Mientras muchos perciben lo digital en términos de abstracciones (información, datos, metadatos), surge la posibilidad de pensar la materialidad de estos objetos desde el concepto de *relaciones* (Hui, 2017) concretizadas en lenguajes de programación y en ontologías web.

Lo que llamo objetos digitales son simplemente objetos en la web, tales como videos en YouTube, perfiles de Facebook, imágenes en Flickr, y demás, que están compuestos de datos y formalizados por esquemas u ontologías que pueden generalizarse como metadatos. Estos objetos permean nuestra vida cotidiana en línea... (Hui, 2017: 82).

Sabemos que el mundo consiste en átomos, pero pensarlo solo en estos términos no colabora a explicarlo. De manera análoga, una ontología digital

² Esto, en términos latourianos, implica no imponer a priori una asimetría espuria entre la acción humana intencional y un mundo material de relaciones causales (Latour, 2008: 113).

reducida al código binario³, entendida como bits y bytes⁴, no resulta suficiente para alcanzar una comprensión de nuestra vida diaria en medio de la aceleración tecnológica. Al respecto, cabe preguntarse: ¿Cómo pensar la sustancia de un objeto digital? ¿Cómo pensar, además, los límites de un objeto digital? Estos objetos son percibidos por los usuarios de diversas maneras: archivos de texto, códigos binarios, señales de valores de voltaje y operaciones de entradas lógicas, pero “este tipo de reduccionismo no nos dice mucho sobre el mundo” (Hui, 2017:88). Independientemente de los modos de actualización del código (texto, imagen, sonido, programas), los objetos digitales pueden ser considerados “entidades discretas” recortadas del continuo del universo⁵. Y estas entidades acopladas al medio asociado, también digital, en el cual se concretizan⁶ (Berti y Blanco, 2013).

Para considerar el modo de existencia de los objetos digitales de manera relacional habría que tener ciertas precauciones que vienen dadas por considerar el medio asociado al que se acoplan y que puede cambiar:

Una cadena de bits puede realizarse físicamente de las maneras más diversas, pero su significado como objeto digital depende de la interpretación que hagan de sí los programas de su entorno digital. Dichos programas también son objetos digitales, y por lo tanto admiten también múltiples realizaciones; y también son identificados en su propio entorno o medio asociado (Berti, 2017: 20).

La trascendencia del objeto encuentra sus obstáculos o se debilita, no solo en los objetos técnicos⁷ (aunque aquí todavía puede pensarse la sustancia de lo

³ Manovich (2008: 14) expresa: “...incluso si un programa es relativamente corto y un crítico entiende exactamente lo que se supone que el programa hace examinando el código, esta comprensión de la estructura lógica del programa no puede ser traducida a imaginar la experiencia real del usuario. En resumen, estoy sugiriendo que los "estudios de software" no deben confundirse con "estudios del código”.

⁴ Ya lo advierte Hui (2017: 82) al expresar que los objetos digitales no son simplemente unidades básicas de información expresadas en código binario, como lo propone la física digital o la ontología digital de Edward Fredkin y Stephen Wolfram.

⁵ Es lo que Stiegler (2002: 36) denominaría como exteriorización: “La técnica, como "proceso de exteriorización", es la continuación de la vida por otros medios que la vida”.

⁶ Simondon encuentra entre el objeto técnico y el medio natural un medio tanto externo como interno que otorga los requisitos necesarios para su funcionamiento (incluye otros objetos técnicos, máquinas o seres humanos). A este medio lo llama medio asociado: “Se puede afirmar entonces que la individualización de los seres técnicos es la condición del progreso técnico. Esta individualización es posible por la recurrencia de la causalidad en un medio que el ser técnico crea sí mismo y que lo condiciona tanto como se ve condicionado por él. Este medio, a la vez técnico y natural, se puede denominar medio asociado” (Simondon, 2007: 77-78).

⁷ Definir el objeto técnico es una tarea compleja por cuanto su modo de existencia admite tres niveles: elementos, individuos y conjuntos. Este modo de existencia requiere, entre otras etapas, comprender la génesis de los objetos técnicos donde se puede observar el paso de un modo de ser abstracto a un modo de ser concreto. Si bien Hui, de alguna manera considera el objeto digital como un objeto técnico en tanto admite diversos

material), sino específicamente en los objetos digitales ya que cualquiera “puede hacer y destruir estos objetos al presionar unas teclas en un teclado o hacer clic en un mouse” (Hui, 2017:94) pensándose casi, como constitutivos de una materialidad efímera. Por esto al pensar a los objetos digitales en términos de relación se cuestionan visiones sustancialistas⁸. Así, y valorando el concepto de relación, Simondon expresaba que existe “una vía sustancialista, que considera el ser como consistente en su unidad, dado a sí mismo, fundado sobre sí mismo, inengendrado, resistente a lo que no es él mismo, y una vía hilemórfica, que considera al individuo como engendrado por el encuentro de una forma y de una materia” (2015: 7). El concepto de relación es central en la teoría de la individuación de Simondon, para quien adquiere estatuto ontológico, contrariamente a la línea que, desde Aristóteles, ubica a la sustancia como principio fundamental en la constitución de la realidad individual.

En el marco de la propuesta fenomenológica de Husserl (2008), y específicamente en su obra “*Crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*”, se advierte que las formas de las tareas y métodos que comprenden a las distintas ciencias se han vuelto cuestionables. El auge positivista, basado en la matematización y en un empirismo radical para el abordaje de los fenómenos, generó la pérdida de preguntas decisivas de una auténtica humanidad; preguntas ponderadas como metafísicas, incluidas las “oscuramente” llamadas preguntas supremas y últimas: “...esta ciencia no tiene nada que decirnos. Justamente, ella excluye por principio las preguntas que, en nuestros desdichados tiempos, son candentes para los seres humanos abandonados a perturbaciones fatales: las preguntas por el sentido o el sinsentido de toda esta existencia humana” (p. 50).

Hui (2017) sostiene que el trabajo de Husserl está en contra de un realismo ingenuo o relativismo, base de aquella tesis que sostenía una actitud natural,

grados de concreción, su identidad se diferencia del objeto técnico en que no resulta de una concreción física: “El objeto técnico existe entonces como tipo específico obtenido al término de una serie convergente. Esta serie va del modo abstracto al modo concreto: tiende hacia un estado que haría del ser técnico un sistema enteramente coherente consigo mismo, enteramente unificado” (Simondon, 2007: 45).

⁸ El planteamiento de Pierre Lévy (1995) podría considerarse un antecedente interesante en cuanto a la concepción de lo digital en términos de relación. En su momento, y al hablar de la virtualización, ya comenzaba a pensar lo objetivo-subjetivo en tanto acontecimientos vinculados recíprocamente: “Llamamos subjetivización a la implicación de dispositivos tecnológicos, semióticos y sociales en el funcionamiento físico y somático individual. De igual modo, la objetivación se definirá como la implicación mutua de actos subjetivos en el curso de un proceso de construcción de un mundo común. Subjetivación y objetivación son entonces dos movimientos complementarios de la virtualización. En efecto, al considerar aquello que hacen, ni el sujeto ni el objeto son sustancias, sino nodos fluctuantes de acontecimientos que se intercalan y se envuelven recíprocamente.”

espontánea e ingenua ante el mundo circundante, sin discusión o duda alguna: “Un objeto para Husserl no es lo dado, sino que lo dado está constituido por una génesis de los sentidos” (p. 84). Allí la relación entre el sujeto y el objeto no es inmediata; es mediada por la conciencia. La experiencia aparece como una construcción en la que las formas innatas de percepción, de comprensión y los marcos conceptuales aprendidos configuran el *lebenswelt* o mundo de la vida (Churchland, 1999). En esta línea, y tal como sugiere Ihde (2005), se deben analizar las interrelaciones dinámicas entre seres humanos incorporados en el marco de un mundo concreto; mundo entendido como rango de posibilidades que actúa sobre los seres humanos.

Frente al realismo ingenuo que ve a los objetos digitales como simples símbolos que aparecen en el mundo, o simples herramientas que están allí para su uso, es preciso comprender que las relaciones internas de estos objetos están materializadas y codificadas y que afectan la visión de mundo. Si, como afirman Lovink y Hui (2016:5), “the digital is the capacity to process data”, entonces surge con los datos un elemento a reconsiderar en esta posible nueva ontología de carácter relacional. Una advertencia que recupera un posicionamiento no tecnofóbico exige no ver en los datos al enemigo. Si estos han sido objeto de estudio en la historia de las humanidades, hoy requieren profundizarse⁹. Aunque se apele a su raíz latina como “cosa dada”, los datos que interesan no son los datos sensoriales, ni tampoco la perspectiva heideggeriana del darse como modo de estar-juntos. Es ese significado adicional que produjo una transformación material, surgida en el siglo XX, que lo concibe como *información computacional capaz de ser transmitida y almacenada*:

La importancia de la nueva técnica de procesamiento de datos que ahora llamamos lo digital no consiste solo en que podemos procesar grandes cantidades de datos con computadoras, sino también en que al operar con datos el sistema puede establecer conexiones y formar una red de datos que se extiende de plataforma a plataforma, de base de datos a base de datos... (Hui, 2017: 89).

Esta operación con los datos y algoritmos configuran una experiencia del mundo¹⁰ que Stiegler, en una relectura de Husserl y centrando su atención en los

⁹ Hui lo afirma como la tarea de las humanidades digitales frente al Big Data. Véase: <https://www.e-flux.com/journal/78/82706/digital-objects-and-metadata-schemes/>.

¹⁰ Sadin (2018) expresa esta situación en el marco de una economía del dato y de la silicolonización del mundo, como un modelo civilizatorio de “acompañamiento algorítmico de la vida destinado a ofrecer a cada ser o entidad, y en todo momento, el mejor de los mundos posibles” (2018: 26).

soportes de memoria, considera el flujo de la conciencia en un marco de temporalidad que se percibe dependiendo constitutivamente por soportes técnicos, por procesos de *retención y protención*. La *protención terciaria* aparece como esa capacidad de predicción y anticipación de los algoritmos complementando el concepto de retención terciaria de Stiegler:

Las retenciones son lo retenido o recogido por la conciencia. El término proviene de Husserl, pero las retenciones terciarias son propias de la filosofía de Bernard Stiegler. Las retenciones son selecciones: en el flujo de la conciencia que uno es, no nos es posible retener todo, lo que retenemos es lo que somos, pero lo que retenemos depende de aquello que ya hemos retenido. La especie humana, originalmente protésica, dispone de una tercera memoria, que no es genética ni epigenética: el medio epifilogenético, como conjunto de retenciones terciarias que configuran dispositivos retencionales (2014: 250).

Estas retenciones terciarias propias del ámbito de la técnica serán los soportes materiales, los lugares en los que se deposita la memoria individual que de un modo extra-orgánico se asientan en la materia inorgánica organizada. Estos soportes poseen propiedades materiales que habilitan la conservación de contenidos en el tiempo, modifican la experiencia temporal y espacial de almacenamiento de información, el proceso de acceso a ella y cómo se produce, ampliando capacidades específicas del ser humano. Los soportes, que ahora sufren transformaciones físicas y son dinámicos, permiten no solo el movimiento de los mismos soportes sino también de sus contenidos. Las operaciones de inscripción y transmisión de datos son operaciones que reemplazan la mediación humana por acciones de una técnica que opera cada vez en menor tiempo, evitando retrasos en el procesamiento de acontecimiento-registro-recepción (Vaccari, 2010). De esta manera, lo que Lovink y Hui (2016) denominan *protención terciaria*, se amplifica en los grandes datos con su capacidad de predicción y anticipación¹¹ y con ello, una nueva forma de conceptualizar el tiempo y relacionarnos con él.

¹¹ Stiegler, B, y Petit, V: *Pharmacologie du Front national: Suivi du Vocabulaire d'Ars Industrialis*. Flammarion, 2013.

3. La digitalización del mundo y el régimen dual de la experiencia humana

La pregunta simondoniana sobre aquello que provocó la oposición entre cultura y técnica reconociendo en el objeto técnico un *extranjero*¹², requiere en el caso de los objetos digitales, un tratamiento particular. La historia muestra que esta oposición se ha mantenido con más énfasis a partir del desarrollo de las tecnologías digitales. Lo digital como cuerpo disociado se *sustancializa* tanto por aquellas tendencias tecnófilas como por aquellas incapaces de establecer un marco de interpretación conceptual. Es preciso comprender que este “esencialismo fascinado” generó un distanciamiento de las condiciones de formación de lo digital (Sadín, 2018: 41-42).

En el contexto de la disolución del sujeto moderno, una nueva antropología a partir de lo digital extiende las facultades del entendimiento y la aprehensión del mundo. Se trata de un *acoplamiento* entre organismos fisiológicos y códigos digitales conformando una red inestable de capacidades y objetivos otorgados al ser humano y a las máquinas. Sin embargo, la relevancia de esta revolución digital no reside específicamente en la capacidad ampliada de comunicación, en el acceso a diversos servicios online o en la descarga simple de aplicaciones, por ejemplo, al smartphone (hiperconexión, hipermóvil). Sin dudas son prácticas que efectivamente modifican aspectos tecnológicos, económicos, sociales y culturales que prefiguran esquemas de pensamiento y moldean el comportamiento de los individuos. Pero la parcialidad del análisis puede ocultar dos aspectos esenciales en esta revolución: la delegación de la facultad de interpretación y de iniciativa otorgada a la técnica, por un lado, y por otro, la “subjetividad ampliada” (hibridación) acompañada de “protocolos deductivos” que orientan y deciden comportamientos individuales y colectivos (Sadín, 2017).

Escapando a los determinismos tecnológicos, es necesario pensar la idea de una relación puntual y más flexible entre tecnologías digitales y nuestra experiencia del mundo. Ellas aparecen más como plataformas con infinitas posibilidades de combinaciones, rupturas y desarrollos que como una fuerza determinante. No obstante, el objeto digital se torna invisible, mostrando solo los efectos de la pantalla para un usuario, cuya relación con los dispositivos

¹² Dirá Simondon: “La máquina es el extranjero; es el extranjero en el cual está encerrado lo humano, desconocido, materializado, vuelto servil, pero mientras sigue siendo, sin embargo, lo humano” (Simondon, 2007: 31).

técnicos prioriza una mera lógica consumista y/o de facilidad de acceso a la información que no busca problematizarse demasiado¹³. En este caso, se concibe al objeto digital simplemente como un nuevo medio en el cual las personas se desenvuelven cotidianamente. La situación cambia, y el conflicto aparece, cuando se advierte la tendencia a delegar en la máquina ciertos procesos cognitivos complejos que ponen en riesgo la capacidad de juzgar y actuar libremente, tal como lo expresa Sadin (2017, 2018) o, directamente perdiendo esas mismas capacidades¹⁴ (Berry, 2011a). De allí deviene una pregunta necesaria para comenzar a indagar y explorar en el papel de los objetos digitales: ¿Todo proceso de digitalización causa un empobrecimiento de la experiencia humana?¹⁵

Si se piensa a partir del carácter “aumentado” de la realidad la respuesta sería negativa. La tendencia de la tecnología contemporánea apunta a un presente vivido intensamente ofreciéndole, supuestamente, un presente “enriquecido”. En este marco, la instauración de una nueva *subjetividad híbrida* o *humanidad aumentada* fija la experiencia orientada ahora por ecuaciones algorítmicas nacidas de procesos lógicos y abstractos constituyendo el revés de su moneda, la cara de una gubernamentalidad algorítmica del mundo, incapaz de dar cuenta de la multidimensionalidad constitutiva de la vida y lo real (Sadin, 2018: 302-303). El dominio algorítmico se expresa en su penetración al campo de la decisión autónoma y la profundización o la ampliación de las capacidades sensitivas, perceptivas, y cognitivas del hombre. Es decir, *un régimen dual de la experiencia* permitido por “la capacidad de los robots” y el saber algorítmico generalizado. “Son juegos de entrelazamientos que oscilan de facto entre la adquisición de una

¹³ Aquí es posible advertir, siguiendo a Carr (s/f), como la Red promueve un estilo de lectura en el que prevalece la inmediatez y la eficiencia. Así, los sujetos se transforman en meros decodificadores de información, y sus capacidades de concentración y contemplación se hallan socavadas. En consecuencia, la Red se encarga de conformar el proceso de pensamiento de los sujetos.

¹⁴ Berry lo ejemplifica citando en el caso de los cambios en los procesos de investigación: “Mientras algunos denuncian la pérdida de las técnicas y habilidades pertenecientes a viejas tradiciones de búsqueda, centradas en una “lectura cercana”, otros han abrazado las llamadas humanidades digitales, que han sido fuertemente asociadas con el uso de métodos de asistencia computarizadas al académico” (Berry, 2001a:1).

¹⁵ Esta pregunta por la experiencia se puede asociar a otra que formulara Lévy (2007): ¿Un proceso de digitalización implica una desmaterialización de la información? En algún sentido la respuesta es afirmativa, fundamentalmente comprobado en aquellos objetos que no nacieron digitales y que luego se digitalizan (como por ejemplo una fotografía bidimensional). Pero también en el caso de objetos ya nacidos digitales como un programa (software). Esta digitalización no puede existir sin soporte físico, ocupa un lugar en el espacio, precisa de energía física para grabarse, se “almacena” y se recupera. Estos objetos digitales pueden expresarse visiblemente en un número indefinido de posibilidades según la situación o los requerimientos de los usuarios y programadores. Por eso no son solo herramientas “para producir algo”, operan virtualizando la información. Quizás sea más adecuado hablar de *desterritorialización o desustanciación*.

subjetividad altamente informada y la modificación de las decisiones por obra de algoritmos con poderes eminentemente seductores” (Sadin, 2017: 84-85).

En este contexto que puede ser caracterizado como de *obsolescencia del hombre* y de lo que podría llamarse, de un *soft totalitarismo digital*, se produce esa separación del derecho de actuar con conciencia y libertad plena. Aquí “la naturaleza de lo digital se modifica. Hasta este momento estuvo estructurada en función de garantizar principalmente la gestión de datos; ahora está dotada de una actitud interpretativa y decisional” (Sadin, 2018: 36-37).

En otra línea, además de descubrir esta implicancia en la conformación de una *subjetividad híbrida*, se incluye la desconfianza hacia la mediación de dispositivos digitales en la visión de la realidad y la forma de un pensar computacional que nos convertiría en objetos (no sujetos) de esta tecnología con la aparente pérdida de libertad psicológica:

This would represent the final act in a historical process of reclassification of entities from persons to objects – potentially, *dasein* becoming an entity amongst entities, an stream amongst streams – with challenging political and cultural implications for our ability to trace the boundary between the human and non-human. This, of course, returns us to the questions raised at the beginning of the book regarding humanity’s ontological precariousness. In allowing the computational to absorb our cognitive abilities, off-loading the required critical faculties that we presently consider crucial for the definition of a life examined, we pay a heavy price, both in terms of the inability of computational methods to offer any way of engaging with questions of being, but also in the unreadiness-to-hand that computational devices offer as a fragmentary mediation of the world (Berry, 2011b: 168).

Este pensar de forma computacional¹⁶ es lo que estaría en cuestión al vislumbrar una mediación fragmentada del mundo, ubicando al sujeto, ahora,

¹⁶ Los orígenes de las críticas al pensar computacional, calculante y con pretensiones de cuantificar el universo son posibles de hallarlos en la propuesta de Heidegger (1994), quien, desde su ontología y consecuente pregunta por el ser, da cuenta de las diferencias entre el pensamiento calculado y el reflexivo (imprescindible para dar cuenta de lo expresado por Berry y Sadin en el marco de las tecnologías digitales). El hombre actual, esgrime el filósofo alemán, se halla en fuga de pensar. Al respecto resalta: “Solo aquello que, sabiéndolo o no, poseemos, podemos perderlo, o como se dice quedarnos sin ello” (Heidegger, 1994: 23). En el marco de la digitalización de la vida cotidiana, la carencia real de libertad psicológica advertida por Berry da cuenta de esa pérdida real de pensamiento. Y siguiendo a Marcuse (1993), las personas, por ignorancia o derrotismo, reniegan de esta falta de pensamiento reflexivo o directamente, no son capaces de advertirlo. En su obra *El Hombre Unidimensional*, Marcuse discute en muchos pasajes el papel acomodaticio de la razón frente al orden imperante en el marco de

como objeto de la tecnología digital. Se observa el agravamiento de la pérdida de capacidades humanas a raíz de los procesos de innovación y producción de dispositivos digitales. Mario Sei, en su artículo *Técnica, Memoria e Individuación: la perspectiva de Bernard Stiegler*, manifiesta:

Acceder a los flujos de los acontecimientos informativos que, en los espacios virtuales de los datos, se producen a millones por segundo, significa para las conciencias poseer una serie de interfaces (una pantalla de televisión, un ordenador o un teléfono portátil) las cuales son a su vez productos industriales, sujetas por tanto al ritmo de la innovación permanente, lo que no hace sino agravar la pérdida general de inteligibilidad de todo lo que sucede, sin que sepamos hasta qué punto es fabricado, falsificado o registrado en las distintas pantallas de refracción que cuentan en directo lo real (2004: 5).

La codificación de la realidad vuelve opaca esta inteligibilidad, oculta y hace imperceptible su real potencia que modula el curso de la vida. La consideración de una dimensión imperceptible y potencia interpretativa de los procesadores configuran esta *soberanía de la técnica* “no como una fuerza que coacciona, prescriptiva o esclavizante, sino como una entidad impersonal, multiforme... aportando en parte a hacer retroceder el ejercicio de nuestra facultad de juicio en el aquí y ahora” (Sadín, 2017: 86). Se evidencia así, una constante delegación y dependencia a los poderes de la inteligencia computacional, en donde la algoritmización configura nuestras acciones y modos de desenvolvernos en la vida cotidiana. Con el propósito de ilustrar y advertir el papel actual de la Red¹⁷ se recuerda la profecía de Stanley Kubrick: “según confiemos en las computadoras para mediar nuestra comprensión del mundo es nuestra propia inteligencia la que se aplana hasta convertirse en inteligencia artificial” (Carr, s/f: 9).

la constante proliferación de necesidades falsas (cuyo contenido y función social son determinados por poderes externos) conforme al desarrollo de las sociedades industriales avanzadas.

¹⁷ Carr enfatiza en las ambiciones y propósitos que guían el quehacer de Google para dar cuenta de las implicancias de la Red en el comportamiento de los sujetos inmersos en esta sociedad digitalizada. Al respecto enuncia: “La compañía ha declarado que su misión es “organizar la información mundial y hacerla universalmente accesible y útil”. Procura desarrollar “el motor de búsqueda perfecto” al que define como algo que “entiende exactamente lo que uno quiere decir y le devuelve exactamente lo que desea. Al entender de Google, la información es un tipo de producto, un recurso utilitario que puede extraerse y procesarse con eficiencia industrial” (s/f: 6). No menos importante, aduce que Internet es un sistema de computación inconmensurablemente poderoso que está subsumiendo la mayoría de nuestras otras tecnologías intelectuales.

De todas maneras, los caminos frente al interrogante planteado en los párrafos precedentes pueden ser dos: el consumo de información personalizada en cada esfera de la vida, disminuyendo nuestras capacidades cognitivas y volitivas asistidos por “la magia de los algoritmos” y ampliando cierta “pereza natural”. Esto se complementa con lo expresado por Sadin en lo que denomina la aparición del *síndrome del tiempo real* o *Síndrome Sherlock*, como un “desfasaje que se siente entre la sensación de dominar secuencias cada vez más extendidas de lo cotidiano, y la de constatar lo vano de ese poder en comparación con la dificultad para realizarse plenamente a partir de las propias facultades” (2018: 206). Y el otro camino: beneficiarse con la recepción de nuevos saberes y en paralelo, enriquecer nuestra experiencia y capacidades tomando conciencia de nuestra nueva condición humana (Sadin, 2017).

La alienación, no en el sentido marxista del término, sino más específicamente como instancia de desvinculación de una cultura técnica, se produce cuando no se sabe o no se puede interpretar este interrogante sobre la experiencia y su vínculo mediatizado con lo real, y además cuando se considera al hombre como un simple usuario que delega su capacidad en estos objetos digitales:

Las ideas de servidumbre y liberación están demasiado ligadas al antiguo estatuto del hombre como objeto técnico como para poder corresponder al verdadero problema de la relación del hombre y de la máquina. Es necesario que el objeto técnico sea conocido en sí mismo para que la relación del hombre con la máquina se convierta en válida y estable: de allí la necesidad de una cultura técnica (Simondon, 2007: 102).

Simondon advierte que una técnica excluida de la cultura produce una separación irreconciliable entre lo natural y lo artificial. Paradójicamente una técnica pensada y producida por el hombre mismo, resulta ajena a él. Una relación armónica entre cultura y técnica sólo será posible si se realiza una adecuada comprensión de los objetos técnicos, y en nuestra actual preocupación, también de los objetos digitales.

Consideraciones finales

Abandonando toda posición realista ingenua, sustancialista, o instrumental sobre la técnica, nos aproximamos a una reflexión sobre los objetos digitales que conlleva una perspectiva relacional, ubicándolos y configurando una experiencia

del mundo, con experiencias generalizadas de juegos combinatorios ilimitados y exponenciales, tanto en el almacenamiento como en el tratamiento y los tipos de datos que se utilizan. Retención y protención terciaria permiten comprender la amplificación de la gran cantidad de datos informacionales con su capacidad de predicción y anticipación estableciendo una nueva forma de pensar y relacionarnos con el tiempo. De esta forma, Hui observa que una ontología digital vinculada únicamente al código binario, a bits y bytes, no es suficiente para comprender nuestra experiencia vital en medio de la aceleración tecnológica. Para lograrlo, debiéramos abandonar lo digital en términos de abstracciones (información, datos, metadatos), y abrazar la posibilidad de pensar la materialidad de estos objetos desde un abordaje que priorice el aspecto relacional.

En esta línea, y siguiendo la perspectiva del actor-red, establecer de manera apriorística la prevalencia de las intenciones- en términos de agencia- de los sujetos frente a los objetos, trae ciertas dificultades para reconocer esta agencia en los objetos digitales, al ser tratados como objetos pasivos y subsidiarios en la actual digitalización de la vida humana.

Por otra parte, pensar en el modo de existencia de los objetos digitales también lo es pensar en una nueva cultura de la técnica. Tanto un objeto técnico, como un objeto digital, concretizan esquemas operativos y de pensamiento con una finalidad específica llevando en sí algo del ser que lo produjo. Un usuario tendría que ser capaz de establecer una relación de diálogo con el objeto poseedor de una información esencial que debería ser comprendida. Se trata del conocimiento en sí mismo del objeto. Cuando esta relación usuario-objeto no sucede, deriva en una alienación fundamental; se cae en posiciones instrumentalistas, y en consecuencia, el objeto aparece como un medio o como una herramienta que puede ser útil o peligrosa (Tula Molina y Giuliano, 2015).

Se necesita una cultura técnica que se aproxime, al menos, a reconocer estos nuevos objetos digitales en sí mismos y su implicancia en el devenir de nuestro presente. En una época signada por una alienación devenida por la opacidad estructural que presenta la tecnología en el marco de la proliferación de estos objetos, se precisa generar condiciones que promuevan la formación de ciudadanos tecnológicos, y no de meros consumidores. Sintéticamente, esto responde a que la relación tecnológica actual que los consumidores establecen con ella, se halla circunscripta a los esquemas técnicos promovidos por el aparato

industrial. En este marco, una *bildung digital* (Berry, 2011: 26) es necesaria, no como propuesta formativa en competencias instrumentales, o en abordajes teóricos acumulativos, sino como una instancia reflexiva que permita, por un lado, a los sujetos unificar la producción acelerada y creciente de información (digital) y por otro, a comprender los nuevos métodos y prácticas de lectura crítica con códigos, visualización de datos y narrativas. Esta misma instancia de una *bildung digital*, lejos de los objetivos que persiguen empobrecer y encuadrar la experiencia humana, debería ser un movimiento de defensa de lo sensible, como condición de la experiencia y el uso de la propia libertad de juicio y acción revalorizando la multidimensionalidad del ser humano (Sadin, 2018).

En este escenario, la lectura de Berry muestra la pérdida de capacidades humanas delegadas en los objetos digitales y a la naturalización de una racionalidad específica (la computacional) convertida en única, determinando la construcción de una idea de mundo que descarta otras visiones que no se encuadren en una dimensión cuantitativa. De sostenerse esta mirada, la separación entre pensar y calcular es un hecho consumado.

La humanidad aumentada, la humanidad asistida algorítmicamente, es en alguna medida la que muestra los intentos por pensar y problematizar esa escisión. Es la invitación a reflexionar en esta nueva condición humana más allá del rechazo, pensándola en este “horizonte híbrido en devenir”, que contemple la presencia de los objetos digitales como parte esencial en la construcción de la realidad.

Sin embargo, Sadin parece tomar en este último tiempo una posición más radical frente a los efectos de esta sociedad aumentada. Con el *síndrome del tiempo real*, se constata el empobrecimiento de nuestra experiencia humana. Afuera quedan las experimentaciones vitales, los caminos inciertos, las decepciones, los éxitos y fracasos que, ahora mediatizados por algoritmos, nos constituyen de otro modo, debilitando nuestras capacidades para entendernos con lo real y con el ejercicio de nuestras facultades sensibles.

Una nueva ontología que se desvíe de posiciones instrumentalistas y sustantivistas y que tome a estos objetos, o que problematice, por ejemplo, el software cultural, se torna más que necesario. Un humanismo que, en el tipo de relación que construye con la técnica, se limite al uso instrumental o de sometimiento maquínico, no alcanza a interpretar las características de esta época provocando un desconocimiento e incompreensión de su funcionamiento y de

cuánto de lo humano se juega allí mismo (Blanco, 2014). Pero tampoco sirve ese humanismo optimista y acríptico que se ampara en una técnica predictiva y adaptativa que nos “liberaría”, del azar, de lo imprevisto. Un juego, con respecto a la técnica, de necesario repliegue y distanciamiento, pero también de una inmersión, de una implicación responsable y deseada.

Desde el posthumanismo cínico¹⁸ se recuerda que “el destierro de los hábitos de apariencia humanística es el acontecimiento lógico principal de nuestro tiempo...” (Sloterdijk, 2001: 20), y para pensar a los objetos digitales, es necesario recordar esta afirmación. También preguntar si el hombre, en este proceso de informatización de la sociedad, descubre “si lo que puede y hace tiene que ver con él mismo” porque la actual lógica y ontología humanista es incapaz de interpretar adecuadamente estas nuevas entidades digitales en donde categorías como “cuerpo y alma, espíritu y materia, sujeto y objeto, libertad y mecanismo, no puede ya habérselas con entidades de este tipo” (2001: 22).

Referencias

- Berti, A. y Blanco, J. (2013). ¿Objetos digitales? *IV Coloquio Internacional de Filosofía de la Tecnología: Tensiones, continuidades y rupturas*. Universidad Abierta Interamericana. Recuperado de <https://www.academica.org/agustin.berti/42.pdf>.
- Berti, A. (2017). La integridad de los replicantes. Medio asociado y límites en los objetos digitales. En: Lawler, D. et al (comps.). *La técnica en cuestión. Artificialidad, cultura material y ontología de lo creado*. Buenos Aires: Teseo: Universidad Abierta Interamericana.

¹⁸Para futuros trabajos sobre las relaciones entre cultura y técnica puede resultar interesante discutir algunas aseveraciones de Luis García, su crítica a Sloterdijk y sus afirmaciones sobre una política de la indeterminación en un posthumanismo radical: “En este sentido, postulamos que, en la actualidad, la disputa real no se da entre humanismo y posthumanismo... sino entre estas dos fundamentales “alternativas de lo posthumano”: el posthumanismo cínico de la apología de la subjetividad del rendimiento y de la sociedad de control, por un lado, y el posthumanismo de la experimentación con las formas de la artefactualidad radical de la subjetividad y de la comunidad” (2016: 29).

- Berry, D. (2011a). *Humanidades Digitales: Primera, Segunda y Tercera Ola*. Recuperado de: <http://catedratos.com.ar/media/4.-David-Berry-Humanidades-Digitales.pdf>
- _____ (2011b). The computational turn: Thinking about the digital humanities. *Culture Machine*, 12. Recuperado de: <http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/440/470>
- _____ (2011). *The Philosophy of Software. Code and Mediation in the Digital Age*. New York: Palgrave Macmillan.
- Blanco, J. (2014). Pensar y calcular. *Revista Nombres*. (28), 213-229.
- Carr, N. (s/f). ¿Qué le está haciendo Internet a nuestros cerebros? Recuperado de <http://asociacioneuc.org/documentos/docsEUCs/62EUCNicholasCarr.pdf>.
- Clark, A. y Chalmers, D. (2011). *La mente extendida*. Oviedo: KRK Ediciones.
- Churchland, P. (1999). *Materia y Conciencia. Introducción contemporánea a la Filosofía de la mente*. Barcelona: Gedisa.
- Galimberti, U. (2001). Psiché y Techné. *Artefacto. Pensamientos sobre la técnica*. (4). [Traducción: Flavia Costa. De Galimberti, Umberto. Psiché e Techné. L'uomo Milano, Feltrinelli, 1999]. Recuperado de http://postitulo sociales.infd.edu.ar/archivos/repositorio/250/398/TSMC_Clase-1_Galimberti.pdf.
- Feenberg, A. (2005). Teoría crítica de la tecnología. *Revista CTS*, 2, (5), 109-123.
- Fredkin, E. (2003). An Introduction to Digital Philosophy. Carnegie Mellon University.
- _____ (2012). *Transformar la realidad. Una nueva visita a la teoría crítica*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- García, L. (2016). Técnica, posthumanismo y experiencia. *Revista Nombres*. Año XXV, (30), 21-40.
- Heidegger, M. (1994). *Serenidad*. Bogotá: Revista Colombiana de Psicología.

- Hui, Y. (2016). *On the Existence of Digital Objects*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Husserl, E. (2008). *Crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- _____ (2017). ¿Qué es un objeto digital? *Virtualis*, 8, (15), 81-96.
- Ihde, D. (2005). La incorporación de lo material. Fenomenología y filosofía de la tecnología. *Revista CTS*, (5), 153-166.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?* Buenos Aires: Paidós.
- Lovink, G. y Hui, Y. (2016). Digital Objects and Metadata Schemes. *Revista e-flux*, (78). Recuperado de <https://www.e-flux.com/journal/78/82706/digital-objects-and-metadata-schemes/>
- Manovich, L. (2008). *El software toma el mando*. Traducido por Adrián Yalij y Sofía Alamo (Cátedra Procesamiento de Datos, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires). Recuperado de https://catedradatos.com.ar/media/Lev-Manovich-El-Software-toma-el-Mando-2008-Introducci%C3%B3n-_Estudios-de-Software-para-principiantes-.pdf
- Marcuse, H. (1993). *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Planeta Agostini.
- Montfort, N. (2004). *Continuous Paper: The Early Materiality and Workings of Electronic Literature*. Recuperado de http://nickm.com/writing/essays/continuous_paper_mla.html
- Rodríguez, P. (2012). *Historia de la Información*. Bs. As.: Capital Intelectual.
- Sadin, E. (2017). *La humanidad aumentada: la administración digital del mundo*. Buenos Aires: Caja Negra.

- _____ (2018). *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Sei, M. (2004). Técnica, Memoria e Individuación: la perspectiva de Bernard Stiegler. *LOGOS. Anales del Seminario de Metafísica*, (37), 337-363.
- Simondon, G. (2007). *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo.
- _____ (2015). *La individuación a la luz de las nociones de forma y de información*. Bs. As.: Cactus.
- Sloterdijk, P. (2001). El hombre operable. Notas sobre el estado ético de la tecnología génica. *Revista Artefacto. Pensamientos sobre la técnica*, (4), 20-29.
- Stiegler, B. (2002). *La técnica y el tiempo 1. El pecado de Epimeteo*. España: Hiru.
- Tula Molina, F. y Giuliano, H. (2015). Hacia una nueva cultura de la técnica: horizonte ingenieril y horizonte filosófico. En Blanco, J., Parente, D. y Rodríguez, P. (comps.) *Amar a las máquinas. Cultura y técnica en Gilbert Simondon*. Buenos Aires: Prometeo.
- Vaccari, A. (2010). Vida, técnica y naturaleza en el pensamiento de Gilbert Simondon. *Revista CTS*, (5), 173-185.

Ser Cyborg: Subjetividades Híbridas en el Capitalismo Cognitivo. Potencialidades y límites¹.

Maria Tamara Frachea²

Recibido: 09/06/2019; Aceptado: 25/07/2019

Cómo citar: Frachea, M. T. (2019). Ser Cyborg: Subjetividades Híbridas en el Capitalismo Cognitivo. Potencialidades y límites. *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 68-97. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e004>

Resumen

Cada momento histórico se caracteriza por el alcance y desarrollo de sus medios de producción y a su vez permite la conformación de un tipo de subjetividad delimitada por el estadio de desarrollo de la sociedad en el cual se encuentra inserta. La actualización del capitalismo en su versión cognitiva se hace eco del alcance que tuvo el desarrollo de las nuevas formas de comunicaciones e información devenidas a partir de la revolución tecnológica de fines del siglo XX. Así, mientras las tecnologías digitales, la información digital e internet forman parte del entorno social en el que estamos insertos en la actualidad, cabe preguntarse cómo son aplicadas por los dispositivos de control y cuáles son las posibilidades que nos ofrecen. El presente trabajo entrega una reflexión acerca del ser cyborg, un tipo de subjetividad que deviene en la aleación mente-software que se hace posible en la relación con los dispositivos que permiten el acceso a la información digitalizada. Así como las tecnologías digitales permitieron afinar las técnicas de control del biopoder, es la figura del cyborg la que nos permite reflexionar acerca de nuevas formas de resistencia en la presente etapa del capitalismo cognitivo.

Palabras clave: Capitalismo Cognitivo, Control Biopolítico, Cyborgs, Información Digital, Revolución Tecnológica.

Abstract

Each historical moment is characterized by the scope and development of its means of production and in turn allows the formation of a type of subjectivity delimited by the stage of development of

¹ Una versión preliminar de este trabajo fue presentada como trabajo final en la materia Informática y Relaciones Sociales para la carrera de sociología en 2019.

² Estudiante de grado de la Carrera de Sociología en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Contacto: maria.tamara090@gmail.com

the society in which it is inserted. The updating of capitalism in its cognitive version echoes the scope of the development of the new forms of communications and information since the technological revolution of the late twentieth century. Thus, while new technologies, digital information and the internet are part of the social environment in which we are in place today, one wonders how they are applied by control devices and what are the possibilities they offer us. This work provides a reflection on being a cyborg, a type of subjectivity that becomes in the mind-software alloy that becomes possible in the relationship with devices that allow access to digitized information. Just as new technologies allowed us to fine-tune biopower control techniques, it is the figure of the cyborg that allows us to reflect on new forms of resistance in the present stage of cognitive capitalism.

Keywords: Cognitive Capitalism, Biopolitical Control, Cyborgs, Digital Information, Technological Revolution.

Resumo

Cada momento histórico caracteriza-se pela abrangência e desenvolvimento de seus meios de produção e, por sua vez, permite a formação de um tipo de subjetividade delimitado pela etapa de desenvolvimento da sociedade em que está inserida. A atualização do capitalismo em sua versão cognitiva ecoa o alcance do desenvolvimento das novas formas de comunicação e informação desde a revolução tecnológica do final do século XX. Assim, enquanto as novas tecnologias, a informação digital e a Internet fazem parte do ambiente social em que estamos hoje em dia, se questiona como elas são aplicadas pelos dispositivos de controle e quais são as possibilidades que eles nos oferecem. Este trabalho fornece uma reflexão sobre ser um cyborg, um tipo de subjetividade que se torna na liga mente-software que se torna possível na relação com os dispositivos que permitem o acesso à informação digitalizada. Assim como as novas tecnologias nos permitiram aperfeiçoar as técnicas de controle de bioenergia, é a figura do cyborg que nos permite refletir sobre novas formas de resistência no presente estágio do capitalismo cognitivo.

Palavras-chave: capitalismo cognitivo, controle biopolítico, ciborgs, informação digital, revolução tecnológica.

1. Introducción

*We were neurophobic and perfect
The day that we lost our souls
Maybe we weren't so human
But if we cry we will rust*

Brian Warner "Mechanical Animals" (1998)

A lo largo del trabajo se intentará reflexionar acerca de los alcances y límites que se presentan en la construcción de la subjetividad en la última actualización del sistema capitalista que deviene a partir de la revolución tecnológica de fines del siglo XX. El abanico de posibilidades que se abre a partir de la revolución tecnológica permite la visualización de una sociedad en red que propone nuevos desafíos, así como también nos brinda las herramientas que nos permiten elevar la mirada hacia el horizonte y expandir nuestra frontera de percepción de nosotros mismos y del mundo que nos rodea.

La idea de un humano devenido en cyborg fue expuesta por primera vez en un artículo titulado *Cyborgs and Space*, escrito por Manfred E. Cynes y Nathan S. Kline, publicado en la revista *Astronautic* en septiembre de 1960. La idea del artículo consistía en dar cuenta de que, así como la evolución de las especies se dio a través de la adaptación al medio ambiente, ahora sería posible adaptarse al espacio "by suitable biochemical, physiological and electronic modifications of man's modus vivendi". En vez de llevar nuestro medio ambiente allí, lo cual implicaba la posibilidad de volvernos esclavos de las máquinas, si el humano alteraba las funciones de su organismo incorporando componentes exógenos sería libre de explorar, de crear, pensar y sentir por sí mismo (Cynes y Kline, 1960)

En la actualidad la imagen mítica del cyborg, propia de una película de ciencia ficción *cyberpunk*, se hizo realidad. Fue en el año 2004 cuando se reconoció legalmente en el Reino Unido al primer cyborg. Tal suceso invita a realizar una reflexión a modo de revisión sobre lo escrito, deseado, imaginado y finalmente, materializado hasta el momento.

En este sentido resulta preciso delimitar el contexto histórico que permite la conformación de este nuevo tipo de subjetividad alterna. De esto se trata el segundo apartado del presente trabajo. Realizando un breve recorrido por las principales características que destacan la revolución tecnológica del último cuarto del siglo XX, buscamos posicionarnos desde una perspectiva teórica que admita a los bienes informacionales como materiales. Para esto, se caracterizará el momento histórico actual a partir de lo expuesto desde la corriente del capitalismo cognitivo, donde se destaca la preponderancia de la información digital y su unidad mínima, el *bit*.

En el tercer apartado realizaré una descripción del pasaje de la sociedad disciplinaria a la sociedad de control, con el objetivo de poder reflexionar acerca de cómo las tecnologías digitales afinan las técnicas de control biopolítico. Siguiendo el análisis de Foucault sobre las técnicas que utiliza el poder para disciplinar y controlar a las sociedades, proponemos reflexionar acerca de las técnicas de resistencia que ejercen los cuerpos frente a las tecnologías que despliega el biopoder con el objetivo de controlar la vida hasta en su aspecto más inmaterial o cognitivo. Frente a esto, la imagen del cyborg se presenta como una subjetividad alterna que nos permite reflexionar acerca de nuevas formas de resistencia biopolítica en la presente etapa del capitalismo cognitivo.

En este sentido se parte de la hipótesis que, así como las tecnologías digitales permitieron afinar las técnicas de poder y control biopolítico, también nos permitirían pensar nuevas formas de vernos a nosotros mismos y relacionarnos con nuestro entorno. Frente a esto, la imagen del cyborg se presenta como una subjetividad alterna que nos permite reflexionar acerca de nuevas formas de resistencia y adaptación. La actualización del capitalismo en su versión cognitiva trae consigo nuevas formas de pensar-se y ver-se en los preludios del siglo XXI. El abanico de posibilidades que se abre a partir de la revolución tecnológica permite la visualización de una sociedad en red que propone nuevos desafíos, así como también nos permite elevar la mirada y expandir nuestras fronteras de percepción. Así es como en la actualidad, la imagen mítica del cyborg se hizo realidad.

Consecuentemente, en el cuarto apartado se propone indagar acerca de la conformación de la subjetividad cyborg, en tanto la misma se encuentra vinculada al tipo de sociedad en la cual las personas se encuentran insertas. Entendida como una subjetividad que deviene en la aleación ‘cuerpo - información digital’ que se

hace posible en la presente etapa del capitalismo cognitivo, se busca rescatar la materialidad que contiene al “ser cyborg”. Impulsado por las tecnologías digitales en sincro con el cuerpo, permiten expandir la frontera de sentidos y percepción, tanto de nosotros mismos como del mundo que nos rodea. “Yo soy tecnología” dice Neil Harbisson, en una charla que dio en el 2016 para TEDx³, quien es considerado el primer cyborg reconocido legalmente por el gobierno del Reino Unido.

El quinto apartado enfoca de lleno la imagen del cyborg abordando el tema desde dos polos. Por un lado, considerando los conceptos teorizados desarrollados previamente y, por otro lado, poniendo especial interés en la imagen que tienen de sí mismos. Para esto intentaré una breve descripción de las propuestas de la Fundación Cyborg, y utilizaré fragmentos desgrabados de charlas y entrevistas realizadas a Neil Harbisson.

Finalmente, se busca reflexionar acerca de lo escrito y lo materializado, teniendo en cuenta los alcances y las limitaciones que presentan las tecnologías digitales para la conformación de un sujeto que, inserto en las redes de control biopolítico, busca nuevas formas de resistencia y expansión.

2. Contexto histórico

En el último cuarto del siglo XX el mundo asistió a una serie de innovaciones científicas y tecnológicas. Tal fue el impacto que tuvo en la sociedad que ya para comienzos del siglo XXI, las tecnologías digitales pasaron a formar parte de nuestro entorno, de nuestra forma de vivir. Las sociedades en la actualidad dependen de la información digitalizada en varias dimensiones.

En un nivel macro nos basta con hacer referencia al mercado financiero actual donde las diferentes bolsas de valores están en permanente interconexión definiendo los futuros económicos de las empresas y los países, y compartiendo información digital compuesta de bits que atraviesan el tiempo y el espacio. También los diferentes aparatos burocráticos que organizan diversos tipos de

³ TED, Tecnología, Entretenimiento y Diseño, es una organización sin fines de lucro estadounidense que desde 1984 se ocupa de las "Ideas dignas de difundir". [Wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/TED_(organizaci3n))

instituciones, inclusive muchas maquinarias de múltiples fábricas dependen, para su funcionamiento, de información digitalizada y de internet.

En un nivel micro, las tecnologías digitales (TD) generaron un fuerte impacto en las relaciones sociales en diferentes aspectos. La forma en que nos comunicamos (los emoticones o expresiones abreviadas, audios, videos), la reconceptualización del tiempo y del espacio ‘desde cualquier lugar en cualquier momento’ (es uno de los potenciales de WhatsApp, Facebook, Instagram y un largo etcétera). La exposición del yo a través de las redes nos permite vernos instantáneamente reflejados en una *selfie*, crearnos y recrearnos, definir cómo somos, qué opinamos, cómo elegimos mostrarnos. La adaptación de las personas a las tecnologías digitales se transforma en una aleación que podemos resumir en la frase “me estoy quedando sin batería” cuando en realidad lo que carece de batería es el celular. En este sentido se puede decir que el celular, por citar un ejemplo, no es solo un medio de comunicación, sino que es algo más, una parte de la persona.

Las tecnologías digitales, la información digital e internet forman parte de la naturaleza social en la que estamos insertos en la actualidad. Se presenta como un conocimiento objetivado en un bien que, con un propósito instrumental, nos sirve para producir otros bienes y servicios. La aplicación de ese conocimiento e información a la generación de conocimiento y dispositivos de procesamiento y comunicación de la información, es una de las principales características de la revolución tecnológica (Castells, 1997).

2.1 Capitalismo cognitivo

La presente etapa del modo de producción capitalista se define por la producción de bienes informacionales (Zukerfeld, 2005). En términos de Castells (1997) la principal característica de la sociedad informacional es la producción de conocimiento e información para generar más información y dispositivos aplicados.

Siguiendo a Zukerfeld (2005) entendemos que la cuestión central en el modo de producción que caracteriza al capitalismo cognitivo es el resultante de la tensión que se genera entre la ontología replicable del bit, unidad mínima de los bienes informacionales, y la pulsión capitalista de mercantillarlos.

La corriente del capitalismo cognitivo se propone dar cuenta de la dimensión histórica y de la dialéctica conceptual entre los dos términos implementados. Así, al hablar de capitalismo se da cuenta de la permanencia de los elementos centrales dentro del modo de producción vigente, en el cual, la desigualdad y el beneficio individual, la propiedad privada y la transformación de los bienes en capital y mercancías ficticias, siguen siendo los pilares del sistema. A su vez, el término “cognitivo” busca dar cuenta de las fuentes de valor y de las formas de propiedad que se ven implicadas.

En una conferencia que dio en Buenos Aires en 2013, Carlo Vercellone destacó que

Contrariamente a cuanto puede surgir a primera vista en la expresión capitalismo cognitivo, el termino cognitivo no es un adjetivo de capitalismo. Hace referencia a la dimensión más inmaterial y cognitiva del trabajo y de su producto, del cual el capitalismo cognitivo intenta apropiarse (Vercellone, 2013: 4).

En el capitalismo cognitivo, una economía basada en la difusión del saber, la producción de conocimiento pasa a ser la principal apuesta de la valorización del capital. Siguiendo a Miguez y Vercellone (2012) “Se trata de pensar de qué manera esta economía basada en el conocimiento (en fin, el *General Intellect*) y su potencial de desarrollo pueden ser emancipadas de las instituciones del capitalismo cognitivo” (citado en Lucero, 2013: 68).

En este sentido resulta necesario posicionarnos desde una perspectiva teórica que admita a los bienes informacionales como materiales. En el presente trabajo se considera que la relación cuerpo-máquina, tiene su anclaje en la materialidad que los conecta. Ambos existen como un hardware – orgánico e inorgánico – desde donde se producen los conocimientos y abstracciones que los constituyen como fuentes y receptores de información.

2.2 Información digital, bienes informacionales y su unidad mínima: *el bit*

La tecnología en la que está objetivada la información digital, cuya unidad mínima es el *bit*, tiene características específicas que van a generar impactos en las relaciones sociales de producción. Si bien no es objetivo del trabajo adentrarnos en las discusiones relativas a la producción económica en el capitalismo cognitivo, se considera de importancia ciertas cuestiones en relación a la

ontología del bit que son necesarias a tener en cuenta para las reflexiones finales del presente trabajo. A su vez, este elemento característico que pixela los albores del siglo XXI permite abrirnos a nuevas posibilidades de interacción con nuestro entorno en la sociedad del conocimiento y de la información.

A continuación, se destaca un contrapunto entre lo que se refiere a la materialidad o inmaterialidad del *bit*. Aspecto que resulta de interés para el presente, ya que nos permite posicionarnos en una perspectiva materialista que, entendiendo las características propias de la producción en el capitalismo cognitivo, también nos resulte útil para darle consistencia a lo teorizado acerca de la figura del cyborg.

Nicholas Negroponte, fundador y director del MIT Media Lab, se propuso demostrar la inmaterialidad del *bit* y cómo esto representa un beneficio ya que resultan “más livianos y flexibles” que los pesados átomos que conforman la materia. En una anécdota ilustrativa de su experiencia, Negroponte relata cómo, mientras le fueron interceptados unos CDs en la aduana, él pudo acceder a la información digital contenida en ellos gracias a internet “enviando y recibiendo *bits*” (Cafassi, 1998). Negroponte justifica el salto hacia la era de la postinformación mediante la particular naturaleza de los *bits*, opuesta estructuralmente a la de los átomos. Frente a esto resulta interesante pensar que si por algún motivo la computadora con la que enviaba y recibía *bits* hubiese sido desenchufada, este proceso se hubiese detenido. Con esto me refiero a que la materialidad de los *bits* se encuentra necesariamente en las señales eléctricas que, insertas en un dispositivo, transmiten la información. Físicamente están constituidos por electrones, cuyas propiedades se diferencian del mundo atómico (Cafassi, 1998). Sin embargo, suponer la inmaterialidad del *bit* implica quitarle su peso relativo. Tener en cuenta las características ontológicas del *bit* resulta necesario para pensar las características específicas de la información digital, su correlato en los bienes informacionales y los límites e impactos que genera al sistema.

La información digital es el principal insumo de los procesos productivos en esta nueva etapa del capitalismo: “denominamos a los productos que se obtienen en esos procesos productivos Bienes Informacionales (...) se trata de bienes en cuya producción los costos de materia y energía son despreciables frente a los de conocimiento involucrado” (Zukerfeld, 2010: 3). Se distinguen tres tipos de BI: los primarios son aquellos que están compuestos básicamente por Información

Digital (ID) como ser un software, un libro digital o un archivo mp3; los BI secundarios remiten necesariamente al hardware que almacena, procesa y transmite la ID; los BI terciarios son los que en su producción utilizan como principal insumo la información digital (Zuckerfeld, 2010).

Este tipo de bienes tienen características ontológicas específicas tales como la capacidad de clonación que permite su reproducción con costos cercanos a cero y que además de ser bienes de consumo, son también medios de producción que no se desgastan con su uso. Estas características plantean nuevos desafíos para el sistema y su inserción en las relaciones sociales de producción.

Las especificidades de los BI también presentan un desafío para la teoría neoclásica, en la cual el valor de un bien resulta equivalente al costo marginal de producción (recordemos que en el caso del *bit* este tiende a cero), y si además le agregamos la necesidad de producir en masa para achicar los costos fijos, el valor del *bit* sería ínfimo. Que los costos de reproducción tiendan a cero no depende de las relaciones sociales de producción capitalista, sino de las propiedades ontológicas de la unidad mínima que compone a los bienes informacionales.

La importancia en dar cuenta de la inserción de estos bienes en el proceso productivo dentro del contexto capitalista nos permite reflexionar acerca de cómo el sistema es readecuado desde su engranaje legal y jurídico para afrontar los desafíos que despliegan las tecnologías digitales en relación con la idea de propiedad capitalista (privada y excluyente) entendida como una forma de acceso a los BI.

Sin entrar en detalles, destaco el peso ponderado que adquiere la propiedad intelectual en este contexto frente a otras formas de propiedad. Es la propiedad intelectual la herramienta legal a partir de la cual se reajusta el sistema para buscar resolver los problemas relacionados a los costos cercanos a cero estableciendo “un conjunto de derechos monopólicos sobre las ideas” (Zuckerfeld, 2010: 9). El concepto de propiedad intelectual se opone las propiedades físicas que identifica a los BI –clonación y no exclusividad–. Con la propiedad intelectual se mercantiliza el acceso a los BI a partir de un proceso de propertización, “Esto es, la difusión de la idea de que ellos son formas de propiedad, similares a la propiedad privada física” (Zuckerfeld, 2010: 29).

Pese a las limitaciones de las potencialidades que ejerce el sistema, las propiedades físicas que caracterizan a los BI en relación a las características

ontológicas de su unidad mínima, el *bit* contiene, en su esencia, las posibilidades para pensar nuevas formas de interacción entre las personas y con el entorno, dando lugar a la conformación de un nuevo tipo de subjetividad.

3. El control biopolítico y la producción de los cuerpos

Cada momento histórico se caracteriza por el alcance y desarrollo de sus medios de producción. A su vez cada momento histórico permite la conformación de un tipo de subjetividad delimitada por el estadio de desarrollo de la sociedad en el cual se encuentra inserto.

La actualización del capitalismo en su versión cognitiva se hace eco del alcance que tuvo el desarrollo tecnológico devenido de la revolución tecnológica de fines del siglo XX. Se trata de una forma de producción que comprende la dimensión cultural, social, económica, política y simbólica involucrando el contexto biopolítico de la existencia (Botta y Yannoulas, 2011).

En una etapa de la producción donde prima el componente cognitivo del trabajo como forma dominante, se establecen formas de vida, se crean ideas, conocimiento, se entablan nuevas formas de comunicación, en conjunto se conforma un tipo específico de subjetividad (Botta y Yannoulas, 2011). Así es como este segundo apartado parte de una breve descripción del pasaje de la sociedad disciplinaria a la sociedad de control. Considerando que la conformación de la subjetividad se encuentra vinculada al tipo de sociedad en la cual las personas se encuentran insertas y siguiendo el análisis de Foucault sobre las técnicas que utiliza el poder para disciplinar y controlar a las sociedades, proponemos reflexionar acerca de las técnicas de adaptación y resistencia que ejercen los cuerpos frente al control biopolítico.

3.1. Disciplina y control

Deleuze en “Post Scriptum sobre las sociedades de control” (1995) busca sintetizar la caracterización de las sociedades disciplinarias y la transición a las sociedades de control formuladas por Michael Foucault quien ubicó a las sociedades disciplinarias en los siglos XVIII y XIX, consolidándose en los comienzos del siglo XX.

Las sociedades disciplinarias se caracterizaban por la organización de los grandes lugares de encierro. El individuo dejaba un lugar de encierro para adentrarse en otro “primero la familia, después la escuela “acá ya no estás en tu casa”, después el cuartel “acá ya no estás en la escuela”, después la fábrica (...)” (Deleuze, 1995: 150). Luego de la segunda guerra mundial las sociedades disciplinarias asistieron a una crisis generalizada de sus centros de encierros: la fábrica, la escuela “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 ejército (...)” (1995:150)

A las sociedades disciplinarias le siguieron las sociedades de control. Foucault utilizó este término para designar una sociedad en la que los medios de producción ya no se concentran en el encierro -la fábrica, la cárcel, la escuela-. En una etapa de la producción donde prima el componente cognitivo del trabajo como forma dominante, la administración del poder se efectúa sobre el espacio abierto y se consagra el control, ya no solo de la fuerza física de trabajo, sino también de la capacidad intelectual o cognitiva de las personas.

Se trata de un control absoluto de los cuerpos, en tanto los medios de producción dominan la fuerza de trabajo en todos sus sentidos, desde la reproducción hasta el pensamiento. Si consideramos los fenómenos de *profiling* y *filter bubbles*⁴, por citar un ejemplo, resulta irresistible pensar que es gracias a las tecnologías digitales del conocimiento y de la información que la sociedad de control puede afianzarse. En términos de Deleuze “No es necesaria la ciencia ficción para concebir un mecanismo de control que señale a cada instante la posición de un elemento en un lugar abierto, animal en una reserva, hombre en una empresa (collar electrónico).” (1995:154)

Es sencillo buscar correspondencias entre tipos de sociedad y tipos de máquinas, no porque las máquinas sean determinantes, sino porque expresan las formaciones sociales que las han originado y que las utilizan. Las antiguas sociedades de soberanía operaban con máquinas simples, palancas, poleas, relojes; las sociedades disciplinarias posteriores se equiparon con máquinas energéticas (...); las sociedades de control actúan mediante máquinas de un tercer tipo, máquinas informáticas y ordenadores cuyo riesgo pasivo son las interferencias y cuyo riesgo activo

⁴ Ver Andrade M. Azul (2017).

son la piratería y la inoculación de virus. No es solamente una evolución tecnológica, es una profunda mutación del capitalismo. (Deleuze, 1995:153)

A su vez, las tecnologías aplicadas por el poder y los mecanismos de disciplinamiento y control dan lugar a la conformación de un tipo de individuo:

(...) el hombre de las disciplinas era un productor discontinuo de energía, pero el hombre del control es más bien ondulatorio, en órbita sobre un haz continuo. Por todas partes, el surf ha reemplazado a los viejos deportes (...) El control es a corto plazo y de rotación rápida, pero también continuo e ilimitado, mientras que la disciplina era de larga duración, infinita y discontinua. El hombre ya no es el hombre encerrado, sino el hombre endeudado. (Deleuze, 1995:153)

En pos de comprender cómo las tecnologías digitales, que permitieron afinar las tecnologías de poder y control biopolítico, nos habilitan también a pensar nuevas formas de vernos a nosotros mismos y relacionarnos con nuestro entorno, a continuación realizaré una breve pero necesaria caracterización de los conceptos de biopolítica y biopoder que formulados por Foucault son redefinidos por Antonio Negri.

3.2. Biopolítica y biopoder

Negri utilizara el concepto de biopoder para referir al poder que se ejerce sobre los cuerpos con el objetivo de dominar y ordenar la vida, y el concepto de biopolítica para referirse al poder de la vida misma, a esa potencia capaz de resistencia y procesos constituyentes (Botta y Yannoulas, 2011).

En “Guías. Cinco lecciones en torno a Imperio” (2004) Antonio Negri define que:

(...) se habla de biopoder cuando el Estado ejerce su dominio sobre la vida por medio de sus tecnologías y dispositivos; se habla de biopolítica, en cambio, cuando el análisis crítico del dominio se hace desde el punto de vista de las experiencias de subjetivación y de libertad, en resumidas cuentas, desde abajo (citado en en Botta y Yannoulas, 2011:15).

La redefinición de ambos conceptos nos permite pensar en los aspectos de resistencia que ofrece la biopolítica frente a los límites definidos por el biopoder. Desde esta perspectiva se considera a la vida como un espacio de emergencia de

un contra-poder, “una potencia, una producción de subjetividad que se da como momento de des-sujeción” (citado en en Botta y Yannoulas, 2011: 15). La idea de Antonio Negri de una biopolítica afirmativa ve en esa vida “que escapa a todo principio formativo”, una potencia creativa. Un horizonte más allá del umbral definido por los biopoderes (Botta y Yannoulas, 2011).

A continuación, proponemos reflexionar acerca de las técnicas de resistencia que ejercen los cuerpos frente a las fuerzas que ejerce el biopoder para dominar la vida. En consecuencia, la imagen del cyborg en su aleación organismo-cibernético, se presenta como una subjetividad alterna que nos permite reflexionar acerca de nuevas formas de concebir la resistencia frente al control biopolítico en una etapa del desarrollo histórico signada por la información digitalizada.

3.3 Cuerpo dócil, cuerpo indócil

En la actualidad las tecnologías digitales, internet y en conjunto, la información digital, se convirtieron en parte inseparable de nuestros cuerpos, en cuanto devinieron en elementos que son parte de nuestro entorno y con los cuales se interactúa en forma permanente. En este contexto podemos situar la imagen del cyborg como un agente biopolítico cuyo cuerpo material y orgánico se permite experimentar en la aleación con lo cibernético, diferentes técnicas de resistencia que le permiten exacerbar una potencia creativa y visualizar un por-venir más allá del umbral definido por los biopoderes.

En el “Manifiesto Cyborg”, Haraway (1991) define al cyborg como un agente político, que al presentarse en constante formación se convierte en un cuerpo escurridizo al biopoder. Así, la imagen del cyborg se presenta como una figura alternativa de resistencia. Haraway argumenta que no es utópico ni imaginario, sino que es virtual y surge de la fusión de lo técnico, lo orgánico, lo mítico, lo textual y lo político. A su vez, define a este nuevo agente político como “un organismo cibernético, un híbrido de máquina y organismo, una criatura de realidad social y también de ficción” (Haraway, 1991: 253) y lo propone como una figura con características monstruosas e inapropiables que, al escapar de la lógica racionalista binaria, se le otorga una significación política que lo caracteriza como un agente de lucha.

En la relación entre biopolítica y biopoder, la capacidad de resistencia de estos cuerpos cyborgs, permite superar la idea foucaltiana de producción del sujeto en

tanto “cuerpo dócil”: sujetos disciplinables y controlables. Haraway entiende al cyborg como un agente político, un cuerpo resistente en constante reformación y por lo tanto “indócil” e inaprehensible al control y al disciplinamiento de los dispositivos del biopoder.⁵

La resistencia del cyborg que propone Haraway se ensaya a través de los intersticios y las líneas de fuga que ofrece la información digital, internet, las tecnologías digitales que se fueron entrelazando junto con las sociedades y las relaciones humanas desde el último cuarto del siglo XX.

Las ciencias de las comunicaciones y las biología modernas están construidas por un mismo movimiento, la traducción del mundo a un problema de códigos, una búsqueda de un lenguaje común en el que toda resistencia a un control instrumental desaparece y toda heterogeneidad puede ser desmontada, montada de nuevo, invertida o intercambiada (Haraway, 1991:280)

En consecuencia, se puede interpretar al cyborg como un agente político que, producto de las tecnologías digitales que permitieron afinar las tecnologías de poder en la sociedad del control, deconstruye la idea del cuerpo dócil, normalizado y articulado con los sistemas jerárquicos y de valores que produce el biopoder.

Del manifiesto cyborg se desprende la idea de la subjetividad del ser cyborg como un agente de lucha que deconstruye la idea de cuerpo dócil propuesta por Foucault y se torna escurridizo al biopoder, al decir de Negri. El presente artículo recupera esta noción del ser cyborg como un agente de lucha. Sin embargo, busca ir mas allá de las discusiones teóricas entorno a los impactos en las lógicas binarias, dualistas que se establecen en la idea de antagonismos, que se asientan en último caso sobre la distinción entre sujeto y objeto que, siguiendo a Marx, da cuenta de la alienación del hombre en relación a lo que en su hacer, produce (engranaje necesario para funcionamiento del sistema capitalista). En este sentido, la materialidad, tanto de la información digital así como del cuerpo cyborg que alberga un tipo de subjetividad específica indócil y escurridiza al biopoder, se propone como un elemento que propicia la unión a la vez que da

⁵ Haraway también sugiere que hay otras formas previas de resistencia que tienen el riesgo de ser desmanteladas por lo que es necesario formular nuevas fuentes de análisis y acción política frente a los circuitos globales de poder y empobrecimiento. Su intento de un análisis de este tipo entra en el terreno de la ciencia (social) ficción del «género cyborg» para encontrar en él algunas posibilidades de imaginar caminos materiales de salida de las nuevas estructuras de dominación. (Haraway, 1991:46).

consistencia al cyborg como un agente de lucha y resistencia con capacidad de acción.

4. Subjetividades híbridas

Así como las tecnologías digitales permitieron afinar las técnicas de poder y control biopolítico, también nos permitirían pensar nuevas formas de vernos a nosotros mismos y relacionarnos con nuestro entorno. Frente a esto, la imagen del cyborg se presenta como una subjetividad alterna que nos permite reflexionar acerca de nuevas formas de subjetivación y resistencia que devienen, necesariamente, a partir de la revolución tecnológica.

En las sociedades de control donde el biopoder intenta apropiarse de la vida de las personas, emerge la figura del cyborg como un agente político escurridizo al control y al disciplinamiento. Al decir de Haraway (1991), la monstruosidad convierte al cyborg en un agente político que haciéndose eco de los antagonismos objeto/sujeto, naturaleza/tecnología, masculino/femenino, lo transforma en un cuerpo resistente, en constante elaboración. Una suerte de monstruo híbrido inaprehensible al control y al disciplinamiento de los dispositivos del biopoder.

Este tipo de subjetividad alterna, monstruosa, remite a cierta transformación del modelo de las grandes identidades hacia un modelo de identidades híbridas e intercambios plurales (Botta, 2014; Negri-Hardt, 2004a y b) características de la presente actualización del capitalismo en su versión cognitiva. Se trata de la conformación de un tipo de subjetividad molecular, sin molde rígido, móviles, tendientes al goce, a cierta instantaneidad capaces de pertenencias simultáneas:

(...) subjetividades archipiélago sin identidad dura, sin grandes valores -o mejor sin el deseo por los grandes valores-, sin pertenencias exclusivas, especie de intersticios de una heterogeneidad de componentes diferentes (conocimiento, lenguaje, comunicación, imagen, afecto, emociones), que van formando temporalmente parte de una diversidad de opciones instituidas, producidas y controladas por el marketing, la informática, la publicidad, las campañas (Lazzarato, 2006a, /2008). (Botta, 2014: 112).

Para Negri, a su vez, “la monstruosidad” es una forma de subjetivación. La monstruosidad implica la posibilidad de resistencia frente al biopoder que los

sujetos políticos ejercen en la lucha por apropiarse de la vida a la que el biopoder intenta controlar (Negri, 2002).

Los cambios producidos a partir de la revolución tecnológica de finales del siglo XX, dieron lugar a una transformación en las relaciones sociales. A partir de las nuevas formas de producción que se sustentan en el trabajo cognitivo –o inmaterial– la multitud es aquel monstruo revolucionario “(...) capaz de mostrarnos el nuevo poder que implica el nacimiento del General Intellect, de la hegemonía del trabajo inmaterial, de las nuevas pasiones abstractas, de la actividad de la multitud atribuida a la humanidad” (Negri, 2002: 6). Lo monstruoso surge a partir de la noción de que, si bien la innovación productiva ha invadido gran parte de la vida, hay un excedente del cual no puede apropiarse. El monstruo biopolítico es la posibilidad de reapropiarse de la vida en toda su potencia, en toda su creatividad, “la potencia de la multitud, mirada a partir de las singularidades que la componen, puede mostrarnos la dinámica de su enriquecimiento, de su consistencia y de su libertad” (Negri, 2002: 7).

El advenimiento del imperio que plantean Negri y Hardt sitúa y caracteriza a la multitud monstruosa e híbrida como agente de resistencia y protagonista de un momento histórico que se figura con un aparato de mando “descentrado y desterritorializado” y que se adentra progresivamente al “reino global”. Siguiendo a Negri, entendemos que este momento histórico no se trata solo de una metamorfosis o actualización del sistema capitalista, sino más bien estaríamos frente a un momento histórico que marca el fin de una era. La era de los estados-nación que se sumergen gradualmente en el reino global gracias a las TD y su impacto en las diferentes dimensiones de las sociedades (económica, cultural y política). En este sentido la multitud hace referencia a un poder-constituyente frente a un poder-constituido que remite al estado-nación. Así, lo propuesto por los autores mencionados se alinea en consonancia con los teóricos de la posmodernidad.

El presente artículo se nutre de los conceptos de multitud monstruosa e híbrida como agente de lucha y resistencia al biopoder. A su vez, en pos del objetivo del mismo –realizar un contraste exploratorio entre lo escrito y lo materializado en torno a la figura del cyborg, entendiéndolo como una forma de subjetivación alterna, híbrida, propia del capitalismo cognitivo y las TD– es necesario recordar y sostener una postura materialista, concreta y empírica. Así la noción de un poder-constituyente versus un poder-constituido (estado-nación)

adquiere la idea de la capacidad de interpelación al estado como mecanismo de lucha y resistencia posible. Porque hablar de la inmersión de los estados-nación y sus burocracias en un reino global presenta ciertas disonancias con la realidad, si bien las experiencias de integración regional poseen un curso progresivo en la historia de los últimos años, la existencia de una burocracia legal y administrativa que decantan en la cabeza de un jefe de estado están vigentes y activas en el reino global. En el caso de Neil Harbisson se destaca la capacidad de interpelar al estado como mecanismo de resistencia propio de un agente de lucha al momento de recibir su pasaporte que acredita su identidad cyborg.

A su vez, en la aleación organismo-cibernético se constituye en una forma híbrida de subjetivación que, en términos de Negri, podríamos decir que logra reapropiarse del trabajo inmaterial o *general intellect* y lo hace parte constitutiva de su ser: “Recordemos (...) es la carne, es decir la sustancia viviente común en la cual el cuerpo y el intellect coinciden y son indiscernibles” (Negri, 2002: 6)

4.1. Materialidad: orgánica e inorgánica

Posicionarnos desde la perspectiva que enmarca al capitalismo cognitivo y las relaciones sociales de producción que se conformaron a partir de la revolución tecnológica en su aspecto materialista, nos permite comprender la emergencia de esta subjetividad alternativa, híbrida, monstruosa que se simboliza en la imagen del cyborg. Entendida como un agente político y social que surge y se desarrolla a partir de la revolución tecnológica que dio lugar a la última actualización del sistema capitalista en su versión cognitiva.

Esto nos permite, por un lado, dar cuenta de las barreras que se establecen estructuralmente desde la base económica: procesos de propretización que, posibilitados por los mecanismos de defensa del capital como por ejemplo la aplicación jurídica y legal de la propiedad intelectual, tornan en mercancías a los *bits*, que ontológicamente escapan a las redes de entendimiento del sistema ya que tienen como principales características la clonación y los costos de producción tendientes a cero.

A su vez el *general intellect* que propone Negri nos permite pensar al trabajo inmaterial –o cognitivo– entendido como trabajo común, productivo y excedente, innovador y constitutivo (Negri, 2004: 66) como una opción de resistencia al biopoder. Aquí cabe destacar que es el mismo componente digital que, además de afinar las técnicas de control biopolítico, permiten vislumbrar los

nuevos horizontes en la conformación de la subjetividad híbrida. El ser cyborg, en la aleación organismo-tecnología, permite pensar las potencialidades que ofrece la información digital para dar lugar a nuevas formas de subjetivación que se reafirmen biopolíticas.

A continuación, me referiré brevemente a la cuestión en torno al cuerpo-cyborg, porque esa subjetividad híbrida, monstruosa, se encuentra necesariamente inserta en la psique del cuerpo que la contiene.

4.2. El Cuerpo posorgánico: de la dualidad humano/tecnología en el manifiesto cyborg

Paula Sibilia en su libro *“El hombre pos orgánico”* sostiene que en la sociedad de la información la aleación del hombre con la técnica aparece más acentuada y se torna problemática (Sibilia, 2008). La autora se posiciona desde una perspectiva que comienza en el dualismo antagonico hombre-técnica/naturaleza-tecnología. Frente a esto, la idea de un hombre posorgánico busca superar el antagonismo estableciendo la idea de un hombre que ya no es corpóreo ni funcional.

En este contexto surge una posición inusitada: el cuerpo humano, en su anticuada configuración biológica, se estaría volviendo obsoleto. Intimidados (y seducidos) por las presiones de un medio ambiente amalgamado con el artificio, los cuerpos contemporáneos no logran esquivar las tiranías (y delicias) del upgrade (...). (Sibilia, 2008:11).

En un escenario post-apocalíptico, el cuerpo “obsoleto” se diluye en su entrega al upgrade tecnológico. Sibilia destaca las palabras del representante del tecno-art Ray Ascott quien sostiene que “A medida que interactúo con la Red, me reconfiguro a mí mismo; mi extensión-red me define exactamente como mi cuerpo material me definía en la vieja cultura biológica; no tengo ni peso ni dimensión en cualquier sentido exacto, solo me mido en función de mi conectividad” (citado en Sibilia, 2008: 51). Bajo esta perspectiva las tecnologías digitales parecerían posibilitar la inmaterialización del cuerpo en pos de una vida tecnológica e inorgánica.

Si los dualismos orgánicos y jerárquicos que controlan el discurso en occidente (...) han sido ‘tecnodigeridos’. Las dicotomías entre mente y cuerpo, lo animal y lo humano, el organismo y la máquina, lo público y lo privado, la naturaleza y la cultura, los hombres y las mujeres (...) están puestas ideológicamente en entredichos. (Haraway, 1991: 279)

Haraway, al igual que Sibilía, parte de lo antagónico, del dualismo “organismo/máquina, hombre/técnica”. Si bien proponen cierta superación de estas dualidades, ambos argumentos comienzan a partir de la visualización de una lógica binaria desde de la cual buscan escapar, romper e ir mas allá.

Desde esta perspectiva el cuerpo del cyborg fluye amorfo entre lo etéreo, lo flexible. Así, el cyborg, puede ser caracterizado como un cuerpo en constante elaboración, cuya subjetividad híbrida, monstruosa, lo convierte en un agente político escurridizo al control y al disciplinamiento de los dispositivos del biopoder y gracias a su indeterminación se vuelve un cuerpo resistente e “indócil”.

(...) los cuerpos son mapas de poder e identidad. Los cyborgs no son la excepción. Un cyborg no es inocente, no nació en un jardín; no busca una identidad unitaria y así genera dualismos antagónicos sin fin (...)” (Haraway, 1991: 126)

El ser cyborg contiene en su definición la aleación entre lo orgánico y lo cibernético. Si consideramos la información digital como inmaterial y al cuerpo como material y orgánico, podríamos percibir a este último como un determinante a superar, una barrera a romper. A través del componente cyber, las tecnologías digitales parecerían posibilitar la inmaterialización del cuerpo a favor de una vida mental –virtual, informacional, cognitiva–. De esta manera lo posorgánico (o posthumano) resulta de la imposibilidad de una suerte de humanismo que cede en su aleación con la tecnología.

Ahora bien, si retomamos la misión biopolítica del cuerpo cyborg, aquel agente político escurridizo al biopoder, que en su monstruosidad híbrida se postula como “la esperanza de poder al fin reapropiarse de la vida en toda su potencia, en toda su creatividad” (Negri, 2003: 113)⁶ y lo ubicamos en la presente sociedad organizada por el capitalismo en su versión cognitiva podemos sospechar que la necesidad de un cuerpo obsoleto, amorfo, virtual, inmaterial, posorgánico, poshumano, digitado y digitalizado, es sumiso frente a una suerte de cybermente y resultaría funcional a la necesidad de soslayar las relaciones materiales de existencia. Recordemos que Negroponte justificaba el salto hacia la

⁶ Citado en Torrano (2009: 5).

era de la postinformación, mediante la particular naturaleza –liviana- de los *bits* opuesta a la de los –pesados- átomos. (Cafassi, 1998).

“Las tecnologías modernas dependen de la electrónica”, dice Haraway, “la microelectrónica es la base técnica del simulacro de las copias sin original” (1991: 23-24). Esto se debe a su correlato con la información digital cuya unidad mínima, recordemos, es el *bit*. Las características ontológicas de este nuevo elemento nos permiten pensar en una sociedad en la cual prima el componente cognitivo del trabajo que producen los seres humanos para producir y reproducir las condiciones materiales de su existencia.

Frente a esto si comprendemos que las tecnologías digitales son agentes materiales que transforman y son transformados por los cuerpos orgánicos con los que cohabitan y se conectan, es decir los humanos, podemos aproximarnos a una concepción superadora de la imagen del cyborg que le de consistencia y logre materializar el cuerpo cyborg desde una perspectiva que se desentienda de la diferenciación antagonica, casi irreconciliable entre “lo animal y lo humano, el organismo y la máquina (...)” (Haraway, 1991: 21). Porque someterse a los “beneficios del upgrade” es para cuerpos dóciles que se reafirman en la de idea de antagonismos que dividen y dominan, con esto me refiero a que el cyborg, aquel cuerpo indócil y escurridizo al biopoder es necesariamente material en su parte vital, orgánica y corpórea. A la vez que su parte ‘cyber’ se sustenta de la información digital, materialidad inorgánica si se quiere. Recordemos que la materialidad de los *bits* se encuentra necesariamente en las señales eléctricas que, insertas en un dispositivo, transmiten información. Si bien están físicamente constituidos por electrones cuyas propiedades se diferencian del mundo atómico (Cafassi, 1998), suponer la inmaterialidad del bit implica quitarle su peso relativo.

5. Ser Cyborg: “yo soy tecnología”

“Yo soy tecnología” fue la frase que le permitió ser reconocido por el gobierno británico como el primer ciudadano cyborg. Fue en el año 2004 cuando a Neil Harbisson, quien utiliza un *eyeborg* para escuchar los colores, le fue rechazada la solicitud de renovación de su pasaporte británico.

El hecho de convertirse en cyborg también tiene consecuencias sociales, no solo artísticas, este es el caso de cuando en 2004 el gobierno británico no me permitía renovar el pasaporte porque en la foto aparecía con algo

electrónico y yo les dije 'eso no es un aparato electrónico, eso es una parte de mi cuerpo, una extensión de mis sentidos y yo me siento cyborg. (...) yo no estoy llevando tecnología, yo soy tecnología. (Neil Harbisson, 2016 TEDx⁷).

Frente a la negativa de la Oficina de Pasaportes, Neil alegó que su *eyeborg* debería ser considerado como parte de su cuerpo y de su imagen. Después de semanas de correspondencia, entre las cuales participaron en apoyo a Neil sus familiares, amigos e inclusive su doctor, el gobierno reconoció el *eyeborg* como parte de su identidad y aceptó que posara en la foto de su pasaporte con el *eyeborg*. Esto lo convirtió oficialmente en el primer ciudadano cyborg reconocido por un gobierno.

Su *eyeborg* –con forma de antena montada en su cabeza– le permite percibir a través de vibraciones audibles en su cráneo, colores visibles e invisibles incluyendo infrarrojos y ultravioletas. El *eyeborg*, un dispositivo electrónico con acceso a internet (co-diseñado por él), fue evolucionando. En un comienzo el *eyeborg* estaba conectado a unos auriculares, después suprimió los auriculares que le impedían escuchar los sonidos para escuchar los colores. Luego, comenta Harbisson en una conferencia ofrecida en la Facultad de Psicología de la Universidad de Granada en el 2013⁸:

(...) empecé a usar el hueso para escuchar los colores, a presión empecé a escuchar el sonido y eso me permitía escuchar los colores sin bloquear las orejas. (...) En 2010 deje de usar ordenador y empecé a usar un chip y ahora llevo un chip a presión detrás del hueso y la salida de audio del chip me esta presionando el hueso y puedo escuchar los colores (...) el próximo paso es (...) que la entrada de audio este óseo-integrada como una entrada de audio de ordenador (...) una entrada de audio y una antena para el sensor (...) la operación fue aprobada por el comité de bioética y ahora estamos diseñando el anclaje (...). (Neil Harbisson, 2013).

Cada color es procesado como una vibración que se traduce a notas musicales que Neil escucha en su cabeza. Para esto diseñó una escala sonocromática (Harbisson, 2013) que le permite relacionar los colores con las notas. En un comienzo el diseño de la escala se aplicaba a los colores que ve el rango de visión humana luego y utilizaba una escala sonora de octavas, la clásica occidental.

⁷ Link del video en las referencias.

⁸ Link del video en las referencias.

Luego, con el objetivo de seguir ampliando sus sentidos, decido modificar la escala para que pueda procesar los colores ultravioletas e infrarrojos y así extender sus sentidos de percepción del entorno. A esto le siguió la conformación de una escala sonocromática, donde cada color se traduce a una nota y al extenderse más allá del rango de visión humana, escucha los colores ultravioletas e infrarrojos.

En relación a la forma de este órgano sensorial, en la conferencia que dio para TEDMex comenta la inspiración vino del mundo animal y de la naturaleza. Así al momento de decidir su fusión con las tecnologías digitales y la microelectrónica, se propuso crear un órgano externo que le permitiera ver los colores. Su *eyeborg* está inspirado en las antenas que llevan ciertos animales para percibir su entorno. El objetivo está puesto en el uso de las tecnologías digitales para ampliar la percepción del mundo que nos rodea, agregando sentidos de percepción que van más allá de los humanos y que podemos encontrar en el resto de los seres vivos que habitan el planeta. Así es como Neil, además de escuchar los colores de los objetos que lo rodea, también puede recibir colores desde el espacio, imágenes, videos, música o llamadas telefónicas directamente a su cabeza a través de la conexión a Internet.

Ser cyborg implica no solo usar tecnología, sino ser tecnología. Si bien en el caso de Neil la idea de diseñar un *eyeborg* que le permita escuchar los colores se debe a que nació con acromatopsia, una anomalía en la visión que impide ver la diversidad de los colores, frente a la pregunta de si dejaría de usar su *eyeborg* si la medicina pudiese corregir esta anomalía, Neil sostiene que:

Nunca me ha interesado cambiar mi ceguera al color. Ver en escala de grises me ofrece muchas ventajas, como una mejor visión nocturna, una mejor detección de camuflajes, una mejor percepción de la forma, etc. Quería percibir el color sin cambiar mi vista, por eso creé un nuevo órgano sensorial. (Neil Harbisson, 2018 TNWAnswer).⁹

En el 2010 Neil Harbisson –artista contemporáneo y activista cyborg– junto a Moon Rivas –artista de vanguardia y activista del cyborg conocida por desarrollar el Seismic Sense, un sensor sísmico en línea implantado en sus pies que le permite percibir terremotos que ocurren en cualquier parte del planeta a través de vibraciones en tiempo real– cofundaron la Fundación Cyborg y la

⁹ Q&A vía Twitter para el portal The Next Web

Sociedad Transpecies en 2017. Si bien podemos enmarcar el movimiento cyborg dentro de los parámetros de un movimiento artístico que nos permite expresarnos a través de nuevos sentidos, hay algunos elementos en torno a cuestiones políticas, sociales y económicas que se destacan brevemente a continuación. Porque recordemos que la aleación organismo-cibernético se hace posible a partir de la revolución tecnológica y los cambios que introdujo en las sociedades capitalistas.

5.1. Expandir la frontera de la percepción

La definición de cyborg que promueven desde la Fundación Cyborg, parte de la definición original expuesta por Cynes y Kline (1960) que los entiende como la aleación organismo-cibernético, sin embargo también sostienen que “Dado que ambos están en evolución exponencial, la definición de cyborg también está en constante cambio”¹⁰. Así, definen el ciborgismo como los diferentes tipos de relaciones que se pueden establecer entre tecnología y organismos.

Hay una diferencia entre la tecnología que le permite saber cosas y la tecnología que le permite sentir cosas. (...) La Fundación Cyborg se centra en los sentidos artificiales (AS), donde la tecnología reúne los estímulos, pero la inteligencia la crea el ser humano, a diferencia de la Inteligencia Artificial (AI), donde la inteligencia es creada por la propia máquina.¹¹

En este sentido Neil Harbisson comenta que el momento en el que el comenzó a sentirse cyborg fue cuando comenzó a escuchar los colores en sus sueños:

El momento en el que noté que mi cerebro había cambiado fue cuando empecé a soñar en color, al cabo de 5 meses de escuchar colores el cerebro empezó a recrear el sonido del color, por lo tanto, cuando sueño el cerebro crea exactamente la misma sensación que la que crea el software. A partir de ese momento dejé de diferenciar el software de mi cerebro y fue cuando empecé a sentirme cyborg. (Neil Harbisson, 2016).¹²

Ahora bien, para lograr percibir nuevas sensaciones del mundo que nos rodea y el planeta que habitamos a partir de sentidos artificiales, es necesario un dispositivo que nos permita acceder a ello. Una suerte de órgano sensorial cyborg

¹⁰ Ver página de la Fundación Cyborg.

¹¹ Ídem.

¹² Entrevista para el portal de información “El futuro es one”. Ver link en las referencias.

que se hace posible a través de los microprocesadores y la microelectrónica. Un dispositivo y un software específico que, en forma de chip y gracias a su conexión con internet, permite el flujo de información digitalizada desde cualquier parte en cualquier momento para dar vida al cyborg.

5.2. Internet como un sentido

Otro aspecto a destacar remite al uso que hacen de internet. Para el cyborg 2.0 del capitalismo cognitivo internet es un elemento vital. Harbisson sostiene que: “De momento se está usando internet como una herramienta de comunicación o para informarse de cosas, pero usar internet como un sentido es lo que me interesa explorar a fondo” (Neil Harbisson, 2016).

La idea de cyborgs que promueven desde la fundación se orienta al uso de las tecnologías digitales para ampliar los sentidos y la capacidad de percepción de nuestro entorno. De esta manera el uso de internet le permite a Neil, por ejemplo, conectarse con la estación espacial de la Nasa y poder percibir los colores del espacio. Una suerte de sentido cyborg que le permite explorar el espacio sin tener que ir necesariamente ahí: “envió mis sentidos para ver allí”.

Como se ha destacado al comienzo del presente trabajo, este tipo de tecnología dentro de la cual se encuentra objetivada la información digital son los Bienes Informacionales. Estos se encuentran insertos dentro de los procesos productivos del capitalismo cognitivo. Mediante los procesos de propertización que requiere el sistema, es la propiedad intelectual el principal mecanismo a través del cual se resuelve la capacidad de clonación y los costos cercanos a cero de estos bienes.

Así desde la fundación cyborg se hacen eco de esta situación y en el apartado orientado a describir los derechos cyborgs que promueven en tanto movimiento, se destaca una lista de derechos civiles del cyborg que desde el 2016, junto con el activista en materia de derechos civiles y libertades civiles Rich MacKinnon en SXSW, establecen: la redefinición y defensa de las libertades civiles de los cyborg y la inviolabilidad de los cuerpos cyborgs. Además, se puso énfasis en la “batalla por la propiedad, la concesión de licencias y el control de anatomías sintéticas, aumentadas y alternativas; La comunicación, datos y telemetría que producen y la definición misma de lo que significa ser humano”.¹³

¹³ Ver página de la Fundación Cyborg.

Frente a la pregunta de si cree que una mejora cibernética podría dar a las personas una ventaja en su trabajo, Moon Rivas responde:

Creo que la gente tiende a temerle a la tecnología, pero creo que deberíamos temerle a los humanos, los humanos son los que deciden cómo usar esta tecnología. La diferencia entre ricos y pobres, la diferencia de clases en la sociedad siempre ha estado siempre exaltada, no creo que la tecnología cambie eso, esto es un problema político de cómo funciona nuestra sociedad y la organización humana. Nuestra forma de usar la tecnología, es crear nuevos sentidos, crear la propia experiencia de la realidad, usar la tecnología para las habilidades es diferente a lo que hacemos ... pero en cualquier caso, creo que es importante crear nuevas leyes que protejan a los cyborgs, y también nuevas leyes que se ajustaban a las necesidades de una nueva sociedad. (Moon Rivas, 2018, TNWAnswer).

Más allá de los determinantes sociales que las tecnologías ejercen, tanto en un nivel “macro estructural” (dando forma a los cimientos sociales y a las diferentes tecnologías que utiliza el poder para controlar y disciplinar a los cuerpos —sociales e individuales—) así como desde una perspectiva “micro subjetiva” (brindándonos herramientas para moldear nuestra subjetividad y dar forma a nuestra identidad desde diferentes aspectos), a lo largo de la historia las personas han sabido utilizar y crear diferentes dispositivos tecnológicos para contemplar el mundo desde las artes. Las distintas expresiones artísticas exaltan los sentidos humanos. Así, desde la perspectiva que promueve la fundación el arte cyborg o “cyborg *art*”, es un movimiento artístico en el cual los artistas extienden sus sentidos más allá de sus límites, aplicando la tecnología a sus órganos.

La ilustración de un artista de cyborg es el nuevo sentido, pero es una ilustración que sucede dentro del artista. Son la única audiencia de su propio arte. En el arte cyborg; la obra de arte, la audiencia, y el museo está todo en el mismo cuerpo¹⁴

Finalmente es necesario entender que al elegir un tipo determinado de tecnología nos convertimos en quienes somos. (Feenberg, 1991). Así, al decir de Sloterdijk en “Reglas para el parque Humano”:

La incubadora para el hombre y la humanidad es producida por tecnologías de hardware y su clima determinado por tecnologías de

¹⁴ Ídem

software [...] Si hay hombre es porque una tecnología lo ha hecho evolucionar a partir de lo pre-humano. Ella es la verdadera productora de seres humanos o el plano sobre el cual puede haberlos. De modo que los seres humanos no se encuentran con nada nuevo cuando se exponen a sí mismos a la subsiguiente creación y manipulación, y no hacen nada perverso si se cambian a sí mismos autotecnológicamente, siempre y cuando tales intervenciones y asistencia ocurran en un nivel suficientemente alto de conocimiento de la naturaleza biológica y social del hombre, y se hagan efectivos como coproducciones auténticas, inteligentes y nuevas en trabajo con el potencial evolutivo (Sloterdijk, 2006: 4).

Las tecnologías digitales contienen en su esencia cierto potencial democratizante, así el diseño de las mismas y el uso que se hace de ellas, da cuenta de un tipo de decisión específica a las que le siguen determinadas consecuencias políticas.

Palabras finales

Mucho se escribió en torno a la figura del cyborg, la conformación de su cuerpo y de su subjetividad. Actualmente existen varias personas consideradas cyborg en el mundo y una amplia bibliografía que ha teorizado sobre esta imagen que resultaba ser mítica, propia de una película *cyberpunk*. En pos de realizar un posible contraste exploratorio entre lo escrito y lo materializado hasta el momento, abierto a futuros debates, aproximamos la idea de que así como las tecnologías digitales de la comunicación y de la información permitieron afinar las técnicas de control biopolítico, también nos permiten imaginar y llevar a cabo diferentes formas de vernos e interactuar en la sociedad.

Contrastar la figura del cyborg como agente de resistencia, inserto en una etapa del capitalismo donde prima el componente cognitivo tuvo como primer obstáculo la necesidad de materializar a este agente de lucha. Esta subjetividad híbrida, monstruosa y escurridiza al biopoder tiene que estar necesariamente inserta en la psique del cuerpo que la contiene.

Así, el presente trabajo puso el foco en la Fundación Cyborg, entendida como un movimiento artístico y social propio del capitalismo cognitivo, a través del cual pudimos cotejar lo teorizado con lo expuesto por su cofundador, Neil

Harbisson, quien, recordemos, es el primer ciudadano cyborg reconocido legalmente como tal.

La imagen del cyborg ha sido teñida, desde ciertas corrientes, con antagonismos y dualismos a veces más o menos irreconciliables. Parte del sustento en esos antagonismos se basaban en la idea de una oposición entre “organismo/máquina”, “hombre/técnica” y “átomos pesados/*bits* livianos”.

Así, al posicionarnos desde la corriente del capitalismo cognitivo buscamos dar cuenta de cómo esas dualidades podían resolverse apelando al valor social que tiene el trabajo cognitivo y la materialidad orgánica e inorgánica que conforma ambos polos. Desde una perspectiva que contemple las relaciones materiales de producción social, damos cuenta que son las propiedades ontológicas de la unidad mínima que compone a los bienes informacionales las que posibilitan que los costos de reproducción tiendan a cero. A su vez, es el sistema mismo el que se encarga de reajustar su engranaje legal para transformar en mercancías a este tipo de bienes. En el caso de la fundación cyborg la importancia de remarcar los derechos cyborg incluye la “batalla por la propiedad, la concesión de licencias y el control de anatomías sintéticas, aumentadas y alternativas”.

Por otro lado, la imagen que tienen de sí mismos nos aleja de dichos antagonismos. La frase “yo soy tecnología” es superadora. Entiende la relación organismo-cibernético no desde una perspectiva problemática o al decir de Slotertijk presa de cierta “histeria anti-tecnológica”, sino más bien desde la materialidad que los conecta y las posibilidades que surgen gracias a las tecnologías digitales. En el caso de lo propuesto desde la Fundación Cyborg, estas últimas permiten ampliar los sentidos de percepción y comprender mejor nuestro entorno. A su vez, en la aleación organismo-cibernético se constituye una forma híbrida de subjetivación que, en términos de Negri, podríamos decir que logra reapropiarse del trabajo inmaterial o *general intellect* y lo hace parte constitutiva de su ser. En este sentido, la validación burocrático-administrativa que logro Neil al ser reconocido en su pasaporte, nos permite pensar la capacidad de interpelar al estado como un mecanismo de resistencia propio de un agente de lucha frente al biopoder.

A su vez la apuesta de utilizar internet como un sentido y la opción por las artes que fomenta la fundación *cyborg art* abre un camino posible a futuros debates en relación a la experiencia del ser cyborg que inclusive pueden trascender de la

misma experiencia proporcionada por la fundación y trasladarse al estudio de otros casos en los cuales la aleación organismo-cybernetico nos permita analizar la conformación de este tipo de subjetividades híbridas y la capacidad de acción en tanto agentes de lucha.

Referencias

Andrade M. Azul (2017). “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”. En *Hipertextos*, Vol. 5, N° 7, Buenos Aires, Enero/Junio.

Botta, Florencia (2014). Algunos apuntes sobre la videovigilancia gubernamental en espacios públicos. Bs. As., *Hipertextos: capitalismo, técnica y sociedad en debate*. Vol 2, Nro. 2.

Botta, Florencia, y Yannoulas, Mario (2011). “Algunos apuntes sobre la biopolítica”. Buenos Aires: Ediciones de *Hipersociología*.

Castells, Manuel (1997). Prólogo: “La red y el yo”. En “La era de la información”. Madrid: Alianza

Cafassi, Emilio (1998). “Bits moléculas y mercancías (breves anotaciones sobre los cambios en el submundo de las mercancías digitalizadas)”. Publicado en “La ciudad y sus TICs: tecnologías de información y Comunicación”, Susana Finklevech y Ester Schiavo (compiladoras), Bs. As.: Universidad Nacional de Quilmes, Bs. As, 1998.

Castells, Manuel (1997). “La era de la información”. Madrid: Alianza.

Deleuze, Gilles (1995). “Post Scriptum sobre las sociedades de control” en “Conversaciones 1972-1990”. Valencia, Pretextos, 1995.

Fundación Cyborg: www.cyborgfoundation.com

- Haraway, Donna (1991). "Manifiesto Cyborg". En "Simians, Cyborgs and Women. The Reinvention of Nature". Ediciones cátedra. Universidad de Valencia. Instituto de la mujer.
- Harbisson, Neil (2018). Q&A via Twitter para el portal The Next Web. www.answers.thenextweb.com/s/moon-ribas-neil-harbisson-r5DRg3
- _____ (2016). "El renacimiento de nuestra especie. Neil Harbisson. Para: TEDx México City". www.youtube.com/watch?v=413tYhYJkrc
- _____ (2016). www.youtube.com/watch?v=VV4eIrz0MNI
- _____ (2013). Conferencia impartida en la Facultad de Psicología de la Universidad de Granada. En la Jornada "Diferentes formas de percibir el mundo: percepción, sinestesia y ciborgismo". www.youtube.com/watch?v=qHZ8Bc1CeXM
- Lucero Correa, Horacio (2013). "La concepción del valor en las tesis del capitalismo cognitivo". En Hipertextos, Vol. 1, N°0, Buenos Aires, Junio 2013
- Manfred E. Cynes y Nathan S. Kline (1960) "Cyborgs and Space" Escrito originalmente bajo el título "Drougs, Space and Cybernetics" en "Psychophysiological Aspects of Space Flight" Symposium sponsored by the AF School of Aviation Medicine en San Antonio Texas, Mayo 1960
- Negri, Antonio (2007). "El monstruo biopolítico. Vida desnuda y potencia". En Ensayos sobre biopolítica. Excesos de vida, Gabriel Giorgi y Fermín Rodríguez (comps.), Paidós
- _____ (2004). "Guías. Cinco lecciones en torno a Imperio". Bs. As: Paidós
- _____ (2002). "Para una definición ontológica de la multitud". Revista multitudes nro 9. París. Mayo-Junio del 2002.
- Sibila, Paula (2008). "El hombre postorgánico". Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

- _____ (2008a). “La intimidad como espectáculo”. Buenos Aires: FCE. Capítulo 1 (fragmento pp. 9-21).
- Sloterdijk, Peter (2006). “Normas para el parque humano”. Madrid: Siruela.
- Torrano, A. (2009). Ontologías de la monstruosidad: el cyborg y el monstruo biopolítico. *VI Encuentro Interdisciplinario de Ciencias Sociales y Humanas/2009*.
- Vercellone, Carlo (2013). “Texto de la conferencia pronunciada en la Universidad de San Martín Buenos Aires, Julio 2013”. www.thesis11.org.ar/capitalismo-cognitivo-releer-la-economia-del-conocimiento-desde-el-antagonismo-capital-trabajo/
- _____ (2004). “Capitalismo Cognitivo, Propiedad Intelectual y Creación Colectiva”. en *Las políticas e desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo*.
- Zuckerfeld, M. (2010). “Propiedad Intelectual y Capitalismo Cognitivo Breve historia de un matrimonio forzoso”. En XXI Jornada de Historia Económica.
- _____ (2010). “La expansión de la Propiedad Intelectual: una visión de conjunto”. En Casalet, Mónica (comp.). *El papel de las Ciencias Sociales en la construcción de la Sociedad del Conocimiento: Aportes de los participantes al SummerSchool de EULAKS*. FLACSO México, México D.F. Edición de Hipersociología.
- _____ (2005). “Bienes informacionales y capitalismo”. En AA. VV., *Concurso Pensar a Contracorriente, Tomo II*, La Habana: Editorial Ciencias Sociales.

Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas ¿estandarizadas?

Ana Clara Azcurra Mariani¹

Recibido: 04/03/2019; Aceptado: 02/04/2019

Cómo citar: Azcurra Mariani, A. C. (2019). Tecnologías del capitalismo contemporáneo para el Entretenimiento y el Diseño de almas ¿estandarizadas? *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 98-119. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e005>

Resumen

En este trabajo nos proponemos un acercamiento exploratorio a las charlas *TED* (*TED Talks*), producto audiovisual alojado en la plataforma YouTube y la web **ted.com** de gran circulación y consumo. Frente a un actual régimen de acumulación flexible que parcela las voluntades y las responsabilidades vitales de manera individual, explorar críticamente las características de TED nos acerca a los patrones actitudinales actuales frente al conocimiento y la acción política.

TED parece ofrecer un producto a tono con el *hedonismo nihilista* al que se refiere Mark Fisher (2016), ese *no pensar* que se apropia de discursos rápidos y digeridos que permiten ostentar un supuesto conocimiento multidisciplinar e ilustrado. Una profundización en su formato puede iluminar intersecciones discursivas menos innovadoras de las que su apariencia indica, y lo suficientemente conservadoras en sus valores basales. En este sentido, el artículo se expande sobre cómo las famosas charlas funcionan como estructura en sintonía con las lógicas culturales del capitalismo contemporáneo, para luego avanzar sobre cómo incorporan a oradores que tensionan el formato por sostener lugares de enunciación y de origen subalternos.

¹ Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Becaria UBACyT del Doctorado en Ciencias Sociales con lugar de trabajo en el Instituto de Investigaciones Gino Germani. Docente del Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva - carrera de Ciencias de la Comunicación - Facultad de Ciencias Sociales -UBA. azcurramariani@hotmail.com

Palabras clave: Charlas TED, Industrias Creativas, Multiculturalismo, Mark Fisher.

Abstract

In this work we propose an exploratory approach to *TED talks*, an audiovisual product hosted on the YouTube platform and **ted.com** of great circulation and consumption. Faced with a current regime of flexible accumulation that parcels the wills and the vital responsibilities in an individual way, critically exploring the characteristics of TED brings us closer to current attitudinal patterns in the face of knowledge and political action.

TED seems to offer a product in tune with the *nihilistic hedonism* referred to by Mark Fisher (2016), that *not thinking about* that appropriates quick and digested discourses that allow us to show a supposedly multidisciplinary and enlightened knowledge. A deepening in its format can illuminate discursive intersections less innovative than their appearance indicates, and sufficiently conservative in their basal values. In this sense, the article expands on how the famous talks incorporate speakers who stress the format by sustaining subaltern places of enunciation, and how the organization functions as a structure that fits with the cultural logics of contemporary capitalism.

Keywords: TED talks, Creative Industries, Multiculturalism, Mark Fisher.

Resumo

Neste trabalho propomos uma abordagem exploratória das conversas do TED (TED Talks), um produto audiovisual hospedado na plataforma do YouTube e na rede ted.com de grande circulação e consumo. Diante de um regime atual de acumulação flexível que parcela responsabilidades vitais individualmente; explorar criticamente as características da TED nos aproxima dos padrões atitudinais em face do conhecimento e ação política.

TED parece oferecer um produto de acordo com o hedonismo nülista referido por Mark Fisher (2016), tal não pensando, se apropria dos discursos rápidos e digeridos que permitem uma ostentação de um suposto conhecimento multidisciplinar e iluminado. Um aprofundamento em seu formato pode iluminar interseções discursivas menos inovadoras do que sua aparência indica, e suficientemente conservadoras em seus valores basais. Nesse sentido, o artigo expande sobre como as famosas conversas funcionam como uma estrutura em sintonia com as lógicas culturais do capitalismo contemporâneo e, em seguida, avançar sobre como incorporar falantes que enfatizam o formato para sustentar lugares de enunciação e origem subalternas.

Palavras-chave: TED, Indústrias Criativas, Multiculturalismo, Mark Fisher.

1. Introducción

El realismo capitalista ha instalado una ontología de negocios en la que simplemente es obvio que todo en la sociedad debe administrarse como una empresa.

Mark Fisher

TED es un acrónimo que sintetiza en una sílaba los conceptos “Tecnología, Entretenimiento, Diseño”. Los acrónimos tienen la virtud de convertir frases o conjuntos de palabras en siglas que utilizan las iniciales de los mismos con un significado que excede el de las palabras que la componen, es decir, pueden convertirse en fenómenos de producción de sentido refractario, pero relativamente estable (más allá de lo que significan las palabras que involucra la sigla TED, la misma se ha convertido en una marca con cierto universo simbólico que exploraremos más adelante). Ahora bien, similar al funcionamiento lingüístico de los acrónimos, pero con un tinte más esotérico, existen los denominados *notaricones*.

El *notarición* es un acrónimo que entiende que la palabra (la sigla) que se obtiene por la utilización de las iniciales que la componen adhiere un significado oculto cuya interpretación es trascendental para develar algún aspecto de la sabiduría universal.

El notarición es uno de los métodos de interpretación que utiliza la *cábala*, escuela de pensamiento filosófico esotérico judío (aunque también se le atribuye al cristianismo en general). Su interés es la reflexión y el entendimiento del hombre, la naturaleza y el crecimiento espiritual. Quizás por asociar esto al pensamiento mágico, pensar en TED como un notarición nos mueve hacia la posibilidad de reflexionar sobre sus derivas simbólicas, y el vínculo que establece con los discursos hegemónicos subjetivantes del siglo XXI asociados al voluntarismo mágico, la acción individual (“libre albedrío”), la interpelación emotiva y la espiritualidad. Como afirma Mark Fisher, la religión y el pensamiento mágico ganan cuando se habita en y desde la desesperanza, cuando “*sólo la esperanza sin sentido parece tener sentido. Proliferan entonces la superstición y la religión, los primeros recursos del desamparado*” (2016: 23). El realismo capitalista, para el autor la *atmósfera general* de estos discursos, es ese horizonte de expectativas que en gran parte se sostiene por aquello de que *no hay alternativa* (“there is no alternative”) al sistema mundial que “supimos” conseguir, y opera condicionando “*no sólo la*

producción de cultura, sino también la regulación del trabajo y la educación, y que actúa como una barrera invisible que impide el pensamiento y la acción genuinos” (2016: 41).

TED es un ejemplo y una excusa para hablar sobre las lógicas culturales del capitalismo contemporáneo, sus modos de subjetivar transversalmente y de forma impersonal a partir de un colchón de conceptos y sentidos que performan sujetos responsables de sí y culpógenos frente al fracaso. Frente a un régimen de acumulación flexible que parcela las voluntades y las responsabilidades de manera individual (frente a la educación, el trabajo, el ocio y la salud, entre otras), explorar críticamente las características de TED como patrón actual de la actitud frente al conocimiento y la “acción” política, puede iluminar intersecciones discursivas menos innovadoras de las que su apariencia indicaría, y lo suficientemente conservadoras en sus valores basales.

TED pareciera ofrecer un producto a tono con el *hedonismo nihilista* del que también habla Fisher, ese *no pensar* que se apropia de discursos rápidos y digeridos que permiten ostentar un supuesto conocimiento multidisciplinar e ilustrado. Es en este sentido que el artículo se expande sobre cómo las famosas charlas funcionan como estructura en sintonía con las lógicas culturales del capitalismo contemporáneo, para luego avanzar sobre cómo incorporan a oradores que tensionan el formato por sostener lugares de enunciación y de origen subalternos.

Pero, ¿qué es TED?

2. Ideas dignas de difundir

TED comenzó su actividad como una conferencia de única vez en 1984 creada por Richard Saul Wurman. En 1990, actualizó su formato como convención de cuatro días en California, cuyos asistentes erogaron 475 dólares por cabeza para acceder a las charlas y actividades allí ofrecidas, todas ellas en relación a la innovación y la tecnología en diversas áreas del conocimiento. El actual director de TED, Chris Anderson, compró los derechos en 2001 y lo transformó en lo que se conoce hoy en día, una organización sin fines de lucro que comporta principalmente dos formatos. Por un lado, la pionera conferencia *TEDGlobal* y

por el otro, las famosas TEDx² locales, las “charlas TED” (TED Talks), cuya licencia adquieren de forma gratuita terceras personas, sin fines de lucro, en todo el mundo³. Estas charlas organizadas de forma independiente son el caballo de batalla de la organización, y suponen la participación nada azarosa de personas “expertas” en alguna ciencia o disciplina, o al menos con alguna experiencia “digna” de difundirse. En un máximo de dieciocho minutos y frente a un auditorio, deben demostrar sus talentos, apoyados o no por filmas, videos y/o imágenes. El formato temporal es innegociable, y aquello que se dirá en la exposición atraviesa un proceso de montaje, guionado y ensayo como el de una obra teatral, con un coach asignado.

TED se propone como escenario para las ideas que pueden *cambiar el mundo* a través de *conversaciones cortas y poderosas*. Según la estadística promovida por Carmine Gallo, asesor de comunicación y coaching, quien escribió el libro *Hable como en TED. Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores* (2016), se estima que por día se realizan cinco charlas TED en alrededor de 130 países.

La mayor expansión de TED arribó con la puesta en órbita de la web ted.com en el año 2006, plataforma donde se cargan los videos de las charlas (al menos de las que “salen bien”). Seis años después de la inauguración del sitio, los videos se vieron mil millones de veces y se estima que por día se suman un millón y medio de vistas, con subtítulos hasta en noventa idiomas⁴ realizados por “voluntarios” que al identificar una necesidad de traducción comenzaron a enviar sus subtítulos de forma espontánea. Según la página de TED, los voluntarios de traducción ascienden a veintiocho mil y las traducciones concretadas a ciento veinte mil. Las personas que participan como oradores ceden sus derechos de *copyright* y el material se distribuye bajo la licencia *Creative Commons*⁵.

Al ingresar a la web de TED, se invita al usuario a crear un perfil y seleccionar sus intereses para recibir recomendaciones de videos “acordes”. La lista de intereses es amplia: tecnología; ciencia; diseño; negocios; colaboración;

²La “x” significa que el evento está organizado de forma independiente por la organización que la motrice. Las instituciones son diversas, desde empresas (TEDxTennis, por ejemplo), universidades (TEDx UCA, por ejemplo) o regiones (TEDx Río de la Plata, por ejemplo), etc.

³Se contempla la posibilidad de cobrar una entrada sólo si la misma costea los gastos de logística y organización, pero sin que ello genere una ganancia para la institución organizadora.

⁴La página ted.com asegura que los subtítulos alcanzan los ciento diez idiomas.

⁵Creative commons es una organización sin fines de lucro que ofrece contratos legales para los derechos de autor de forma gratuita, lo que permite compartir una obra según las reservas que el autor declare. La organización lleva la bandera del copyleft.

innovación; cambio social; salud; sociedad; comunidad; naturaleza; ambiente; futuro; comunicación; activismo; desarrollo infantil; crecimiento personal; humanidad; identidad.

Asimismo, TED construyó otras líneas de intervención más allá de sus charlas. El TED Prize, por ejemplo, que otorga importantes sumas de dinero a “emprendedores y visionarios” que precisan recursos para poner en marcha sus ideas que pueden “cambiar el mundo”. La primera pregunta que surge es quién financia este premio que comenzó erogando cien mil dólares y lo ascendió a un millón. Según Tate Williams en el portal *Inside Philanthropy*, esta “filantropía de alto dólar” se sostiene por las fundaciones Bill y Melinda Gates, Skoll, John D. & Catherine MacArthur y Ray Dalio. Si se visita sus páginas web, el espíritu que las recorre es el financiamiento a personas creativas, emprendedoras, originales que proyecten “un cambio mundial”.

En sintonía con el premio, existe el programa TED Fellows, un programa de becarios que escoge a personas “visionarias” para que atraviesen un proceso de *coaching* y se pongan en contacto con “líderes” y posibles financistas de sus proyectos. Como cierre, tienen la posibilidad de dar una charla TED, posiblemente bajo la supervisión y curaduría del Instituto TED. Todo lo descrito, genera la impresión de que TED es la escuela de los cuadros e intelectuales orgánicos de las empresas más importantes del mundo y sus ONG.

Por último, existe TED Ed, la línea TED que propicia que las personas expertas o educadores (pueden ser sus propios becarios, por ejemplo) propongan y realicen videos alrededor de alguna charla TED, lo editen como lección o recurso educativo y lo carguen en la web.

Ahora bien, y nuevamente, *¿qué es TED?*

3. “Hable como en TED y sea el mejor”

Cuando los famosos quieren que se los tome en serio, suben al escenario de TED manifiesta Carmine Gallo en su libro (2016: 19). Actualmente, TED es una plataforma que legitima: si llegaste allí, se intuye que algo bueno habrás hecho (o pensado). Es posible deducir que este poder legitimador de TED es el que seduce a aquellos que luego se propondrán como “voluntarios subtítuloadores”, es un *ser*

parte de alguna forma, el “estar allí” aunque sea indicialmente, y explotado veladamente como mano de obra gratuita bajo la misión de *brindar accesibilidad al conocimiento*.

Gallo utiliza algunas explicaciones derivadas de las neurociencias y junto al manual para los oradores de TED es útil para explorar algunos de los rasgos que TED propone como formato audiovisual que entremezcla, a primera vista, activismo, conocimiento, divulgación, afecto y humor.

En los manuales de estilo que la organización entrega a cada orador, y en el propio libro que escribió Chris Anderson (2018), las charlas se proponen como *videos influyentes de oradores expertos* en educación, ciencia, tecnología y “creatividad”. En el *Manual para los Oradores* se estipula, como primera sujeción a reglamento, que las charlas no pueden superar los dieciocho minutos porque es el formato temporal en el que las personas realmente prestan atención. *Escuchar es agotador* porque el público es tan ansioso como el orador, afirma Gallo, quien defiende la norma porque, finalmente, *los límites generan la creatividad*. El famoso, menos es más.

Una buena idea se basa en pruebas y observaciones de las que se extrae una conclusión más amplia, alega el manual. La idea, o hipótesis, tiene que ser resumida en una o dos frases y responder a las siguientes preguntas: *¿es nueva?, ¿no se ha oído antes?, ¿es interesante?, ¿es objetiva y realista?, ¿cómo afecta la adopción de la idea?* Sumado a esto, no se deben perder de vista los *elementos de la expresión verbal*: el ritmo (la velocidad a la que hablamos); el volumen (variaciones en la intensidad de la voz); el tono (inflexiones agudas y graves); y las pausas (breves espacios para remarcar las palabras claves) (Gallo, 2016: 23).

También, se postula que el inicio de la charla debe abordarse a través de un ejemplo personal que transmita *empatía, claridad y convicción* sin que esto implique hablar demasiado de sí mismo (la pregunta es: para generar cercanía con el público, entonces y de alguna manera, ¿el orador debería parecerse a su público?). La comunicación debe ser eficaz, sin atiborrar al auditorio con estadísticas ni utilizar jerga o terminología muy novedosa/nueva.

La conclusión debe ser positiva, (una segunda pregunta: *¿es buena, sana, deseable una sociedad que se vincula crecientemente desde la positividad y no desde la tensión?*) y los verbos que se utilicen tienen que estar siempre en presente y ser contundentes. *Las presentaciones más estimulantes son emocionantes* (“nos tocan el

corazón”), *originales* (“nos enseñan algo nuevo”) y *memorables* (“presentan el contenido de una manera que nunca olvidaremos”) (Gallo, 2016: 23).

Con todo lo arriba enunciado, pareciera que el espíritu general de las charlas TED es la generación, en unos breves y seductores dieciocho minutos, de un nuevo modo de pensamiento que sea capaz de convencer al público de *pasar a la acción* para cambiar al barrio, a la ciudad, al país o al mundo a través de acciones variadas que pueden ir desde lo político, lo económico, lo ecológico, etc., pero siempre con la lógica del emprendedor y el creativo como estandarte. Ahora bien, esa sensación que se intenta poner a circular en los cuerpos y las mentes de quienes escuchan en el auditorio o a través de los videos ¿no es susceptible de convertirse en un ansiolítico que funcione a la manera de la *indignación*, es decir, una reacción coyuntural superflua que aglutina una voluntad de cambio y transformación efímera?

Las charlas TED son, en esencia, un formato rígido y conservador que se sostiene porque utiliza en su favor el ánimo curioso y ávido de multi aprehensión del humano en general. TED plantea que si sus charlas así funcionan (“son exitosas”), no van a cambiar⁶. El público que las presencia no interviene, por lo que la reacción es diferida y una vez que los videos se cuelgan en la web de TED, emulando el funcionamiento de un medio de difusión tradicional o un monólogo. Al fin y al cabo, TED estandariza la curiosidad y la exploración en dieciocho minutos bajo la lógica del *stand up* o comedia en vivo, porque el conocimiento, al parecer, debe ser entretenido y no debe conllevar demasiado esfuerzo.

TED es literatura audiovisual masiva, un *best seller* que todos conocen al menos de refilón, lo digno de *viralización*. Es la literatura de cordel del siglo XXI, pero colgada de YouTube y no de una soga. Incluso sólo por esto último, ya se vuelve digno de análisis y atención.

⁶ Un elemento que se debería tener en cuenta es que nominar estos eventos como charlas o conversaciones TED (las dos formas en que se las nombra en castellano) es erróneo desde el punto de vista terminológico, cuando en realidad se asemejan más bien a disertaciones o conferencias.

4. La sociedad sobre la que descansan las ideas dignas de difundir

La muerte de Dios implicó la desaparición del observador del alma, a quien, por siglos, se le dedicaba su diseño. Por lo tanto, el lugar del diseño del alma cambió. El alma se volvió la suma de las relaciones en las que participaba el cuerpo del hombre. Antes, el cuerpo era la prisión del alma; ahora el alma se volvía el ropaje del cuerpo, su apariencia social, política y estética.

Boris Groys

Mientras el fordismo promovía una planificación racional de la economía y un control sobre la vida cotidiana y cultural general, el modelo posfordista o de *acumulación flexible* (Harvey, 2008/1990) realiza una operación de subjetivación que deviene en autocontrol y propia responsabilidad en todas las áreas de la existencia. Resalta en esto el imaginario de la propia creatividad y las ideas novedosas como motor del desarrollo, y el consumo como práctica normativa y regulativa de los lazos sociales, incluso de integración. La lógica que hoy día ordena las expectativas no es la del progreso sino la del presente perpetuo y la plenitud del momento actual (pensemos en el manual para oradores y la necesidad de que los verbos estén en presente).

Silvia Schwarzböck escribió en su libro *Los espantos. Estética y postdictadura* (2016), que la forma de vida que ganó luego de la última dictadura militar en Argentina es la *vida de derecha*. Una vida de derecha es aquella que cree en una vida sin problemas, aferrada a idílicos valores morales y al discurso *anti drama* que se cultivó sobre la derrota de la dictadura que, en realidad, demostró todo el poderío de una ganancia cultural y espiritual que resiste a través de las décadas. Es la vida de los preceptos burgueses practicados por sus propios y los ajenos, que ha comprado los discursos pastorales de la literatura de autoayuda y del *hágase a usted mismo* (“sálvese a usted mismo”) a la manera del sueño americano del *self made man/woman*.

En esa línea y con anterioridad, Fredric Jameson sostuvo que el *posmodernismo* es una nueva vida cultural ligada a la desaparición de las jerarquías en los medios artísticos de expresión, una experiencia de consumo *omnívora* de productos y bienes culturales disímiles en sus condiciones de producción tanto material como ideológica. La sociedad de consumo, para el citado autor, es una sociedad *estetizada* en la que los individuos cargan con el mandato contemporáneo de *diseñarse a sí mismos* como imagen (algo que también afirma Boris Groys en su

libro *Volverse Público*, 2014). Para Dipaola (2018), existe una confluencia entre lo social y las imágenes, *lo imaginal*, que es aquello que permite pensar las formas de la afectación con el otro a partir de una puesta en escena y que es muy ilustrativo de aquello que TED propone como imagen y como producto. Hay una hegemonía significativa que permite sostener ciertas regularidades en los discursos sociales y TED posee un hilo conductor discursivo entre sus oradores que deben sostenerse continuamente en el entusiasmo, la creatividad, la emoción, lo divertido y una actitud inteligente, todo en la medida justa.

El ambiente discursivo contemporáneo permite aseverar que la idea de cultura reemplaza simbólicamente y materialmente a la idea de sociedad como el espacio que entreteje los lazos. En los años ochenta es cuando se verifica un giro en la forma en que se entiende el concepto de cultura. Si con Gramsci y los estudios culturales el concepto de cultura implicaba pensar el conflicto y las formas de la resistencia, en la citada década la cultura será capturada estratégicamente por parte de los organismos financieros multilaterales como el BID y por los organismos de promoción de derechos como la UNESCO y se la propondrá como la arena o el campo desde el cual solucionar conflictos y problemáticas otrora pertenecientes a la economía y la política. La cultura será invocada como ese tercer espacio virtuoso, bien intencionado y bien pensante que puede enmendar las fallas resolutorias del campo político-económico. Es entonces que flamearán las banderas de la diversidad, la inclusión, la tolerancia como tácticas que abonen a la estrategia mayor ligada a sociedades que se desarrollan por la creatividad y la innovación.

Las industrias creativas (“creative industries”) nacen a partir de conceptualizar a la cultura como *recurso* (Yúdice, 2002). Como tales, son una actualización del concepto de *industria cultural* de Adorno y Horkheimer en conjunción con las industrias y disciplinas del conocimiento. Esta forma de entender a la cultura resulta en una transformación en el modo de entender el trabajo y la economía de servicios. La creatividad es el motor del desarrollo, es una industria que se alimenta de la generación constante de nuevas ideas, y expande la idea de ser original, ser el propio jefe, ser autónomo, y sobre todo, estar disponible 24/7 porque apagar el celular es una forma de auto despedirse. El sujeto ideal es el emprendedor, el *freelancer*, aquellos que trabajan por proyecto y por cantidad de horas diarias/semanales. Gerald Raunig (2008) lo sintetiza de una forma en la que queda claro cómo esta mal llamada autonomía laboral se conjuga a la

perfección con la flexibilidad de las condiciones de trabajo que incrementan la ganancia capitalista:

La mayoría de los individuos llamados creativos trabajan, por el contrario, como freelances o como empleados y empleadas autónomas con (o sin) contratos temporales. Se puede decir cínicamente que aquí la melancolía de Adorno por la pérdida de autonomía se realiza de un modo perverso en las condiciones de trabajo de las creative industries: los individuos creativos son abandonados a un ámbito específico de libertad, independencia y gobierno de sí. Aquí la flexibilidad se vuelve norma déspota, la precarización del trabajo la regla, las fronteras entre tiempo de trabajo y tiempo libre se diluyen del mismo modo que las de empleo y paro, y la precariedad se extiende desde el trabajo a la vida entera. (2008: 37)

Lo dicho antes es el espíritu basal de TED. Si bien al conformarse como una organización sin fines de lucro no se la puede considerar como una industria creativa, todo el universo material y simbólico que la compone la convierten en un espacio estratégico para mantener robusto el discurso imperante de la sociedad del consumo y de las industrias creativas. Las actividades artísticas en su variedad de formatos, los museos, los circuitos turísticos, el ánimo creciente de patrimonialización material e inmaterial, la gastronomía, el diseño, la arquitectura, el entretenimiento, la tecnología y la informática aplicada a la educación y a la mejora de los procesos de producción, etc., son las áreas donde registrar tendencias dignas de inversión en pos del desarrollo bajo el criterio de la ganancia. No es novedoso que la lógica capitalista convierta cosas y personas en mercancías por igual, la novedad es el grado de implicación del sujeto en esto, quien convierte todas las áreas de su vida bajo el criterio de la utilidad y se explican retóricamente bajo las expresiones de la gestión, la administración, el *management* y la motivación personal.

Las manifestaciones culturales y los idearios de bienestar individual de una época forman parte de aquello que Raymond Williams denominó *estructura de sentimiento* (2015/1977), aquello que envuelve en una trama cultural a la tríada hábitos, vida cotidiana y sentidos comunes. Las lógicas de sentimiento contemporáneo nos ubican en una época de ansiedades e incertidumbres:

El imaginario social que se ha instalado en nuestro presente es algo así como que en la vida se trata de vivir experiencias, de capturar el momento, no de pensarlo, sino experimentarlo. Las experiencias atraviesan diversos

tipos de situaciones. Disfrutar una comida no convencional, una clase de gimnasia, un show musical, un viaje, una performance (...) Es notable esta valorización densa de la experiencia en términos de instante, la cual se contradice con la experiencia entendida como acumulación de saber a largo plazo sobre las más diversas situaciones: desde la vida afectiva, haber sido madre, padre hijo o abuelo, hasta haber trabajado una gran cantidad de años en un oficio, haber permanecido también una cantidad importante de años en un trabajo o en una relación de pareja. Este tipo de experiencia, vinculada con una cultura laboral y un orden social determinado, ha perdido todo valor o reconocimiento y en consecuencia se descalifica. Esa dimensión de tener experiencia, haber pasado largos períodos viviendo alguna situación, ya no se pondera, ni en el mercado laboral ni en la cultura digital. (Wortman, 2018: 12/13)

El bienestar y la felicidad en el presente son, en este panorama, los mandatos individuales que se proponen para “gestionar” la incertidumbre, y son una falsa idea de autonomía y libertad para los individuos, que se ocupan de ser productivos, auto regularse/controlarse sin perder la “iniciativa” (Arizaga, 2017). En este sentido, el ensayista y filósofo coreano Byung Chul Han percibe que la sociedad occidental padece un exceso de positividad, lo que propicia una *sociedad del cansancio*. Afirma que “*así como la sociedad disciplinaria foucaultiana producía criminales y locos, la sociedad que ha acuñado el eslogan Yes, We Can - (Sí, se puede) - produce individuos agotados, fracasados y depresivos*”, afirma Han, tocando la fibra sensible sobre las consecuencias de un entorno que exige un rendimiento autosuficiente y autosustentado bajo el lema del *sí se puede* aunque el individuo no, no pueda, no llegue, no alcance. Los emprendedores de sí, los propios jefes, son su propia cadena de montaje y esto produce depresivos y fracasados (2017: 38-39).

5. El multiculturalismo: entre la distancia eurocéntrica y el gesto condescendiente

Muy a menudo las personas que pueden hablar acerca del mundo social no saben nada acerca del mundo social y las que saben acerca del mundo social no pueden hablar al respecto.

Pierre Bourdieu

Bien vale inaugurar este apartado transcribiendo una anécdota narrada en el libro ya citado de Gallo. La misma pertenece a la edición 2012 de TEDx EQCHCH,

sigla perteneciente a la ciudad de Christchurch, Nueva Zelanda. La misma sufrió un terremoto en febrero del 2011, y este evento TED se planificó para reunir oradores que ofrecieran modos de reinventar los futuros posibles post desastre vital y de su infraestructura:

Ernesto Sirolli, fundador del Sirolli Institute y experto de fama mundial en desarrollo económico, aprendió por las malas que la palabra -nosotros- es más importante que -yo-. Sirolli, que comenzó su carrera en el desarrollo sostenible como cooperante en África en los años setenta, contó al público de TEDx en 2012 que lo que muchos “expertos” sabían sobre el desarrollo sostenible había resultado ser falso.

Con veintiún años trabajaba para una ONG italiana, y -todos y cada uno de los proyectos que llevamos a cabo en África fracasaron-. Su primer proyecto consistió en enseñar a los habitantes de un pueblo del sur de Zambia a cultivar tomates- “Todo crecía de maravilla en África. Teníamos unos tomates magníficos y les decíamos a los zambianos: -mirad qué fácil es la agricultura-. Una noche, cuando los tomates estaban hermosos, maduros y rojos, unos doscientos hipopótamos salieron del río y se lo comieron todo. (Risas) Les dijimos a los zambianos: -¡Dios mío, los hipopótamos!- Y ellos nos respondieron: - Sí, por eso no tenemos agricultura aquí. (Risas) - ¿Por qué no nos lo habían dicho?- Porque nunca nos lo preguntaron.” (Gallo, 2016: 54)

Todo lo aniquilábamos, asegura Sirolli en un pasaje de su charla refiriéndose a los malos resultados de cada proyecto bien intencionado en el continente africano. Y continúa: *los occidentales somos imperialistas, misioneros colonialistas, y tratamos a las personas sólo de dos maneras: o los patrocinamos o somos paternalistas.*

En sintonía con lo que admite Sirolli se puede rescatar lo que afirma Slavoj Žižek en su libro *En defensa de la intolerancia*:

El multiculturalismo promueve la eurocéntrica distancia y/o respeto hacia las culturas locales no europeas. Esto es, el multiculturalismo es una forma inconfesada, invertida, autorreferencial de racismo, un “racismo que mantiene las distancias”: “respetar” la identidad del Otro, lo concibe como una comunidad “auténtica” y cerrada en sí misma respecto de la cual él, el multiculturalista, mantiene una distancia asentada sobre el privilegio de su posición universal (2015: 56).

Como se pregunta Zizek en el mismo texto, *¿y si este multiculturalismo despolitizado fuese precisamente la ideología del actual capitalismo global?* Cuando se promueve hegemonicamente la diversidad, hay que sospechar porque algo se perfila a ser identificado como una diferencia y no una desigualdad. De esta manera se le expropian los rasgos disruptivos, peligrosos y se lo puede convertir en una mercancía más, en otro estereotipo consumible.

El multiculturalismo es la propuesta de la tolerancia y del relativismo cultural. Ese relativismo que cuando detecta una diferencia, una incomodidad, una distancia, una situación potencialmente o materialmente injusta y desigual, la señala como rasgo cultural, por ende, brilla el *allí no nos metemos*. Es un esencialismo, y ninguna cultura es esencial porque no existen las culturas autónomas, que funcionan en forma encapsulada, replegada sobre sí.

El multiculturalismo como patrón discursivo y retórico se permite decir lo políticamente correcto, lo esperable, y habilita respuestas o tendencias en este mismo sentido. Si bien se registra una honesta autocrítica en Sirolli, la voz que enuncia ese discurso es la de un hombre blanco occidental que históricamente ha ostentado el privilegio del habla pública, legítima. La pregunta qué se suscita es **¿qué pasa con el formato TEDx cuando son los sujetos históricamente y estructuralmente silenciados y excluidos de los canales discursivos oficiales y legítimos quienes suben al escenario como oradores?** Vamos a convocar como ejemplo dos charlas TED ocurridas en el año 2018 en Argentina en la edición TEDx Río de la Plata de noviembre en el Teatro Colón. Por un lado, la charla titulada *El tiempo, la propiedad y la identidad de los pueblos indígenas* a cargo de Félix Díaz; y por el otro, *Villas*, a cargo de César González.

5.1 “El problema no está en el otro, está en nosotros”

El 5 de noviembre de 2018 tuvo lugar la edición TEDx Río de la Plata en la que participaron dos personas reconocidas en el mundo de los medios por diferentes trayectorias biográficas, pero que comparten un rasgo, y es el de comportar voces que históricamente se silencian, se exotizan, se burlan o se paternalizan.

El primero a quien nos vamos a referir es Félix Díaz, *qarashé*⁷ del pueblo Qom de la provincia de Formosa, quien parsimoniosamente señaló la primera tensión

⁷*Qarashé* significa “líder con su pueblo”. Díaz relata que la palabra “Cacique” es una burla de los criollos que significa “casi que”.

entre su origen indígena y el espacio en el que se encontraba sentado y dispuesto para una entrevista, el Teatro Colón. *La colonización trajo los alambres, las fronteras.* Sí, Díaz no se paró frente al auditorio con un guión ensayado, sino que fue entrevistado.

La primera pregunta que se le realizó fue respecto de la concepción de la identidad que asumen los pueblos indígenas. Díaz contesta sobre cómo esa identidad, en realidad, se les niega en el *mundo blanco*. Una de las primeras violencias que sufrió fue la burla en el registro civil, donde arbitrariamente le cambiaron su nombre original, Felle, por Félix y le agregaron Díaz.

¿Cómo es la concepción del tiempo indígena, si pensamos que acá en TED es algo muy particular? pregunta la entrevistadora, dejando entrever la imposición de los famosos dieciocho minutos, máximo que no combinan con las pausas que Díaz imprime a su habla, que se permite pensar antes de aflorar. *El tiempo no es nuestra competencia. No hay horario, no hay feriados. Nos quieren imponer una doctrina y no podemos adecuarla porque tenemos otra forma de vida.* En Díaz se encuentran las evidencias de la hipocresía multiculturalista, de la falsa coexistencia de la diversidad en igualdad: te acepto si podes limar todo aquello que excede los límites y las posibilidades que yo impongo. Por fuera de eso, no hay integración.

César González también tiene una historia de violencia institucional con su nombre. Para escribir poesía, entre los 16 y los 20 años en los institutos de menores primero y en la cárcel después, usaba un seudónimo, Camilo Blajaquis. Así evitaba que lo requisen y muelan a palos por *creerse escritor*. Una vez libre, recuperó su nombre original, o más bien, lo hizo coincidir con el autor. Tres libros de poemas y cinco largometrajes después, es invitado a TED pero pide que su participación se resuma sólo a la lectura de uno de sus poemas titulado *Villas*.

Familias numerosas, o mejor dicho madres solteras con muchos hijos.
Los cascotes que inventan caminos así el barro no te muerde los tobillos.
Pilonos de basura por acá y por allá. Esqueletos de autos robados ya
desmantelados, saqueados y prendidos fuego. El sonido de un disparo en
una esquina, diez disparos de respuesta en otra.
Charlas de vecinas a través del alambrado mientras cuelgan la ropa en la
soga: “Che te enteraste que lo mataron a fulano”. “Si, y que a mengano le
reventaron el rancho en la madrugada”. La policía y sus cacerías.
La iniciación sexual bien temprana, los guachos, las pibas.

El comedor que se redujo a tan solo una merienda por día.
Los que se van a trabajar con sus bolsitos y sus bicis y sus ojos tristes y cansados.
La mayoría de la juventud que abandona la escuela sabiendo que San Martín lo único que hizo fue posar para el billete de cinco pesos.
Las madres que lloran la muerte del hijo en velorios propios y ajenos.
Más patadas que gambetas en el campeonato de fútbol, los domingos a la tarde. El aire intoxicado por el porro cortado que está vendiendo hoy la transa. Los evangelistas y sus gritos. Los perros persiguiendo las motos.
El guiso salvador del mediodía, el mismo guiso a la noche, lo que queda del guiso mañana.
Uno con las últimas Nike al frente, dos acá a la vuelta, diez en el fondo.
El micro que recorre los penales llenos de novias, de hijos, de madres y padres. La cumbia poniéndole ritmo a la miseria. El amanecer y los carros.
El amanecer y los que todavía siguen de gira.
Los muchos sueldos flacos destinados a un celular, a ropa nueva, a disfrazar la pobreza. Maradonas que mató la policía, que están en cana o laburando en una fábrica y que derrochan su magia pero en canchita de barro.
La avenida y su frontera que divide a la villa del mundo. Rezos que ruegan exiliarse a la sociedad.
El sonido anestésico de la lluvia maltratando las chapas. Los extranjeros de la clase media que vienen a comprar droga y se van descalzos, sin plata, pero con droga.
Las velas derriéndose en los mini-santuarios con las fotos de los pibes que murieron a manos de las balas, paredes que recuerdan sus hazañas.
Mujeres que modelan ante la pandilla, amor inconsciente pero puro, niños que se convierten en padres.
La religión de odiar a la yuta y dos de sus devotos a bordo de un super auto seguramente robado.
Habitantes que se conocen todos, secretos que saben todos, engaños imposibles de ocultar.
Panorama de vida que siempre tiene olor a celda, a plomo, a trabajo en negro o en gris... o a traje de encargado de limpieza.
Es la villa, es otro mundo, es vivir apartado.

Cuando finaliza el recitado, un entrevistador se acerca a González y le pregunta cuándo, cómo y para qué había escrito ese poema. González le contesta que fue hace diez años, estando preso, y que era una manera de salir a dar una vuelta por su barrio con la imaginación. *Pero no simplemente describir, advierte. Sino*

agregarle a esa descripción un filtro, el filtro de mi concepción de cómo es vivir en la villa, con las palabras que le pongo yo, filtros filosóficos, políticos, ideológicos de lo que pasa en la villa y que no debería pasar. No romantizar la vida en la villa, pero rescatar la belleza que surge en medio de tanta muerte, culmina.

Las personas que suben al escenario TED desde un origen y pertenencia subalterna pero que por algún motivo han negociado su existencia y la administración de su visibilidad en los medios de comunicación, son aquellas que tensionan el formato de TED. Podemos abordar la cuestión desde dos enfoques. Por un lado, una perspectiva nos envía a la suposición de que flexibilizar el formato en estos casos es un gesto paternalista, como señala Sirolli, un gesto de cuidado de sujetos que serían incapaces de accionar una charla en el formato que TED reglamenta. Incluso un gesto de condescendencia que indica un *yo te incluyo*, básicamente *porque puedo*. Por otro lado, es plausible pensar que tanto Díaz como González negociaron el formato. Hay contenidos que no pueden ser dichos en ciertos formatos estéticos o temporales, entonces para que su imagen sirva a la idea de heterogeneidad del evento, a su imaginario de diversidad pacífica y mancomunidad, de multiculturalismo, el evento debe dinamizarse y ellos se prestan, pero bajo su propia lógica.

Díaz y González encarnan la tensión que Han reclama. Son los sujetos que desde ciertos márgenes epistémicos no legítimos conflictúan el formato TED y lo obligan a correr sus fronteras normativas de guión y presentación. Díaz y González no se excluyen del circuito: negocian su forma de aparecer en él.

Cambiar el mundo ¿empieza por ti?

Nada resulta más inspirador que una idea audaz presentada por un gran orador. Cuando se estructuran y se presentan de forma eficaz, las ideas pueden cambiar el mundo.

Carmine Gallo

Una idea presentada de forma eficaz puede cambiar el mundo. Bajo esta premisa podríamos conjeturar que los errores y los conflictos son problemas retóricos, del lenguaje o de la comunicación. Pero, ¿no será un exceso ingenuo? Es posible que el error consista en continuar asociando el cambio (como concepto de acción política) con la idea de transformación y beneficio universal. Si nos atenemos por un momento a la idea de que *no hay alternativa* y que hay que operar con el mayor

margen de maniobra dentro de lo que se dispone, ¿qué tipo de cambio real se puede proponer en ese espíritu imperante? El cambio parece más bien un producto en stock, una moda para algo como el *bien común* (que como tal, siempre regresa), un *slogan* del *branding*.

TED ingresa como formato que calza cómodamente con la cultura del entrenamiento, el *coaching* y el desarrollo personal, algo que se aleja de la idea de educación tradicional o formal que se ataca por todos los frentes (sobre todo cuando esa educación es pública y gratuita).

El economista español Amalio Rey (2017) recupera en su blog algunas de las críticas más sobresalientes a las charlas TED, las que oscilan entre ubicarlas como superficiales, como poses más que como posturas, y como formato que favorece la atención reducida y, por ende, el conocimiento débil.

Martin Robbins, escritor e investigador científico, ataca con una bonita estocada a la aproximación “evangelizante” de las conferencias, que promueven una fascinación sin sentido hacia las ideas en vez de un pensamiento crítico que genere debate”. Para Sepkowitz, las conferencias TED “no celebran el amor hacia personas inteligentes, sino hacia personas de ‘estilo inteligente’” y encajan a la perfección con el adorado esquema estadounidense del manual para “mejorar rápido”. Son, en pocas palabras, un atajo intelectual.

Si nos detenemos en aquello de que TED promueve la fascinación acrítica y no el conocimiento crítico, se vuelve plausible la recuperación de aquello que ha planteado públicamente Alejandro Rozitchner, asesor del presidente de Argentina, Mauricio Macri. *El pensamiento crítico*, sostuvo en 2016 Rozitchner, *es un valor negativo*.

Lo más valioso es que uno pueda querer algo. Entusiasmarse. Las ganas de vivir, son más importantes que el pensamiento crítico y la objetividad. Y hay que entrenarse en este poder dormido que aplastamos con el hábito de la queja, el descontento y la insatisfacción.

La trampa de este argumento está a la vista. Así como a la idea de cambio (“cambiar el mundo”) se la confunde con la idea de transformación (en una operación nada ingenua), la idea de crítica y de pensamiento crítico es objetada como actitud agresiva, de rebeldía sin justa causa, como señalamiento de defectos no constructiva o propositiva. Sin embargo, el pensamiento crítico es el que

habilita a discernir, complejizar y transformar los valores epocales. No hay duda de que los mejores lectores y escuchas de las críticas de las protestas en el mayo francés de 1968 fueron los publicitarios que comprendieron mejor que nadie el comportamiento fetichista de la mercancía. Asimismo, la condición de que las ideas a presentar en las charlas deban cumplir con el mandato de la novedad es otra de las formas de no debatir sobre aquello que estamos habitando, de no ejercer análisis crítico sobre las ideas que conforman el marco de la época, más o menos flexible.

Anteriormente afirmamos que TED es un escenario que legitima a quien lo ocupa con sus declamaciones. Pero tampoco debe escaparse el hecho de que toda charla TED precisa un auditorio lleno que la edición de los videos que se difunden en la plataforma no ocultan. El estar allí también otorga legitimidad, aquella que da la *experiencia* de haber estado presente para *vivir el momento*. Las charlas TED se dirigen a un público de clase media urbana que aguarda regresar a su casa con la satisfacción de una ilustración multidisciplinar en formato cuarto de hora.

Si bien en las charlas hay una preponderancia del *nosotros* cuando se trata de un llamado a la acción, es un nosotros que siempre radica en el inicio de la pasión individual que, en conjunto a todas las demás voluntades, modificarían el espectro social. La idea seduce, pero genera el efecto de querer destacar individualmente y previo a la posible vinculación total.

Si nos preguntamos qué hacer con las charlas TED para no incurrir en la crítica pasiva, una posible línea de acción la encontramos en Mark Fisher. Este autor nos habla de la existencia de una *impotencia reflexiva*, es decir, de que mayor información no necesariamente conlleva a una movilización. Por el contrario, lo pesado del panorama general social, político, económico, ecológico, etc., desalienta y favorece la queja pasiva e inútil. Estamos atiborrados de información, datos y certezas. La posición a asumir es impura, es negociada. Si el realismo capitalista del que hablamos al comienzo acontece como el *dominio de nuestra mirada* (Colectivo El Loco Rodríguez, 2018), exponernos frente a la mirada disponible bajo nuevas proposiciones interruptivas, puede conducirnos a introyectar pequeñas modificaciones.

En 1996 el sociólogo francés Pierre Bourdieu lanzó una crítica a la televisión como medio de comunicación que, por su inmediatez, banaliza, achata, y por ende dirige al receptor a un estado de *confort intelectual*. Y lo hizo a través de una

conferencia televisada desde el Collège de France. Esto permite preguntarnos, ¿por qué no pensar en que alguna vez TED pueda ser puesto en cuestión desde su propio escenario?

Referencias:

- Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (2000/1944), *Industria cultural. La ilustración como engaño de masas*. En Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, *Dialéctica de la ilustración: fragmentos filosóficos*. Madrid: Editorial Trotta, 165-212.
- Anderson, Chris (2016) *Charlas TED. La guía oficial para hablar en público*, Nueva York, Ed. Deusto.
- Arizaga, Cecilia (2017) *Sociología de la felicidad*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Editorial Biblós.
- Bauman, Zygmunt (2013) *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre y Eagleton, Terry (2008) *Doxa y vida cotidiana: una entrevista*, en Slavoj Žižek (comp.), *Ideología. Un mapa de la cuestión*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica .
- Colectivo de filosofía, literatura y política “el loco Rodríguez” (2018): *Todes se sienten en déficit por no alcanzar un valor: nociones sobre Mark Fisher*, Revista Épocas, dossier nro. 6. Recuperado de: <http://revistaepocas.com.ar/todes-se-sienten-en-deficit-por-no-alcanzar-un-valor/>
- Crary, Jonathan (2015), 24/7: *Capitalismo tardío y el fin del sueño*. Barcelona: Ariel.
- Derisi, Julio. (2018). *Charlas TED: conocé las 10 más famosas*. 02/01/2019, Recuperado de Buena Vibra Sitio web: <https://buenavibra.es/zapping/charlas-ted-conoce-las-10-mas-famosas/>

- Díaz, Félix (TEDx Talks) (08/01/2019) *El tiempo, la propiedad y la identidad de los pueblos indígenas*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OVddt-bux7M>
- Dipaola, Esteban (2013) *Comunidad impropia. Estéticas posmodernas del lazo social*, Buenos Aires, Letra Viva.
- Donovan, Jeremy (2013) *Método TED para hablar en público*, Barcelona, Ed. Ariel.
- Eagleton, Terry (2017) *Cultura*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Taurus.
- Fisher, Mark (2016), *Realismo capitalista: ¿No hay alternativa?* Buenos Aires: Caja Negra.
- Gallo, Carmine (2017) *Hable como en TED. Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Editorial Conecta.
- González, César (TEDx Talks) (07/01/2019) *Villas*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WFgp0qagAig>
- Groys, Boris (2014) *Volverse público*, Buenos Aires, Caja negra.
- Han, Byung-chul (2012), *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Harvey, David (2008/1990), *La condición de la posmodernidad: investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Jameson, Fredric (1996/1991), *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Editorial Trotta.
- Manual del orador TEDx, recuperado 15/01/2019, Traducción de Lucía Relanzón y Jose Sentamans. http://storage.ted.com/tedx/manuals/TEDx_Manual_del_Orador.pdf
- Raunig, Gerald (2008), *Las industrias creativas como engaño de masas*. En Boris Buden, Judith Butler, Marcelo Expósito et al., *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Rey, Amalio. (2017). *TED Talks o la McDonaldisización del arte de comunicar*. 02/01/2019, de Blog Amalio Rey Sitio web:

<https://www.amaliorey.com/2017/06/04/ted-talks-o-la-mcdonaldizacion-del-arte-de-comunicar-post-537/>

Rozitchner, Alejandro (2016) *El pensamiento crítico es un valor negativo*, Diario La Nación, Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/1968830-alejandro-rozitchner-el-pensamiento-critico-es-un-valor-negativo>

Sennett, Richard (2006), *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

Sirolli, Ernesto (2012). *¿Quiere ayudar a alguien? ¡Cállese y escuche!* Recuperado de https://www.ted.com/talks/ernesto_sirolli_want_to_help_someone_shut_up_and_listen?language=es

Williams, Tate. (2018). *La audacia de TED: la nueva plataforma está moviendo grandes cantidades de dinero, pero, ¿es correcto el cambio social?*. 15/01/2019, Recuperado de Inside Philanthropy Sitio web: <https://www.insidephilanthropy.com/home/2018/4/15/the-audacity-of-ted-new-platform-is-moving-money-but-does-it-get-social-change-right>

Wortman, Ana (ed.) (2018), *Un mundo de sensaciones. Sensibilidades e imaginarios y en las producciones y consumos culturales argentinos del siglo XXI*. Buenos Aires: UBA y CLACSO.

Yúdice, George (2002), *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa

Zizek, Slavoj, (2015) *En defensa de la intolerancia*, Madrid, Sequitur.

¿Innovan las innovaciones?

Un análisis de *Conectar Igualdad y Aprender Conectados*¹

Martín Torres²

Recibido: 10/03/2019; Aceptado: 08/04/2019.

Cómo citar: Torres, M. (2019). ¿Innovan las innovaciones? Un análisis de Conectar Igualdad y Aprender Conectados. *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 120-138. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e006>

Resumen

El debate sobre el impacto y las acciones esperadas en la escuela frente a las transformaciones generadas por las tecnologías digitales, es un “lugar común” para periodistas “especializados”, pedagogos, docentes e investigadores. De allí se generan publicaciones, discursos y política pública para alcanzar la innovación educativa. Sin embargo, innovación puede significar cosas diferentes, según desde la(s) perspectiva(s) que se la proponga y/o analice. El presente artículo presenta un análisis del Programa Conectar Igualdad (PCI) y su heredero el Programa Aprender Conectados (PAC). Se consideran tres aspectos, su encuadre en ambos programas y el posible impacto limitante que tienen en las políticas públicas de innovación en educación. Para el análisis nos valdremos de aportes del pensamiento CTS, apostando a dar cuenta de su relevancia para este tipo de estudios.

Palabras clave: educación, tecnologías digitales, innovación.

Abstract

The debate about the impact and the actions expected in the school in the face of the transformations generated by digital technologies, is a "common place" for "specialized" journalists, pedagogues, teachers and researchers. From there, publications, discourses and public policy are generated to achieve educational innovation. However, innovation can mean different

¹ Una versión preliminar de este artículo se presentó como trabajo final del curso de Tecnologías de la Información, la Comunicación y la Cultura, de la Maestría en Tecnología, Políticas y Culturas de la Universidad Nacional de Córdoba.

² Docente. Estudiante de la Maestría en Tecnología, Políticas y Cultura – UNC. martin.torres76@gmail.com

things, depending on the perspective (s) proposed and / or analyzed. This article presents an analysis of the Connect Equality Program (PCI) and its heir the Connected Learning Program (PAC). Three aspects are considered, their content in both programs and the possible impact they have on public policies of innovation in education. For the analysis we will use contributions from the CTS thinking, betting on your account for this type of studies.

Keywords: education, digital technologies, innovation.

Resumo

O debate sobre o impacto e as ações esperadas na escola diante das transformações geradas pelas tecnologias digitais é um “local comum” para jornalistas, pedagogos, professores e pesquisadores “especializados”. A partir daí, publicações, discursos e políticas públicas são geradas para alcançar a inovação educacional. No entanto, inovação pode significar coisas diferentes, dependendo da (s) perspectiva (s) proposta (s) e / ou analisada. Este artigo apresenta uma análise do Connect Equality Program (PCI) e seu herdeiro, o Learn Connected Program (PAC). Três aspectos são considerados: o enquadramento nos dois programas e o possível impacto limitador que eles têm nas políticas públicas de inovação na educação. Para a análise, utilizaremos contribuições do pensamento CTS, apostando em perceber sua relevância para esse tipo de estudo.

Palavras-chave: educação, tecnologias digitais, inovação.

1. Introducción

El debate sobre el impacto y la necesidad de adecuar las escuelas frente a las transformaciones generadas por las tecnologías digitales, internet y la gigantesca expansión del uso de dispositivos de comunicación, como los smartphones se expresa en numerosas publicaciones (Bilinkis, 2014; Dussel, 2011; Quevedo-Dussel, 2011; Kambouchner-Meirieu-Stiegler, 2012, por nombrar algunas). Casi podríamos decir que es un lugar común, en el que se pueden cruzar especialistas en tecnología digital, empresarios, periodistas “especializados”, pedagogos de diversas corrientes, docentes e investigadores de los distintos niveles educativos y una gran parte de la sociedad. Sobre esta cuestión, se han generado (y generan) publicaciones, discursos y política pública para alcanzar la tan preciada innovación educativa.

Sin embargo, innovación puede significar cosas diferentes, según desde la(s) perspectiva(s) que se la proponga y/o analice. En el caso de la educación pública en general y de la argentina en particular, los documentos y leyes vigentes se enmarcan en planteos ético-políticos que abogan por la inclusión social. Desde

esta perspectiva, es deseable que cualquier política pública de innovación se oriente a ese objetivo “mayor”.

El presente trabajo se propone analizar algunas continuidades, ausencias y rupturas entre dos programas nacionales, el Programa Conectar Igualdad (PCI), implementado entre 2010 y 2015; y su heredero el Programa Aprender Conectados (PAC) lanzado en 2018 y aún en etapa inicial de aplicación. Si bien PCI era sólo para el nivel secundario y PAC se plantea para todos los niveles de la educación obligatoria (inicial, primario y secundario), ambos tienen alcance nacional y se han propuesto como herramientas para avanzar en el encuentro entre las instituciones educativas y las tecnologías digitales.

Analizaremos ambos programas y los contrastaremos con el aporte de autores que han venido problematizando distintos aspectos de la tecnología y se consideran apropiados para un análisis crítico de estas políticas públicas. Nos proponemos señalar tres aspectos considerados inconsistentes con los objetivos de estas políticas públicas. En primer lugar, la falta de diagnóstico sobre conocimientos, usos, prácticas con tecnologías digitales por parte de las comunidades educativas que deben implementar los programas estudiados. En segundo término, la implicancia axiológica que conlleva la transferencia de tecnología desde los centros de poder a nuestras sociedades. Y, en tercer lugar, la importancia del contexto socio-económico, histórico y político en que se pretenden implementar las políticas públicas. Interesa analizar el encuadre de los mismos en ambos programas y su papel limitante de las políticas públicas de innovación en educación, como aporte para estudios futuros y más extensos de esta temática. A los fines de desplegar nuestro análisis, en la siguiente sección se presentan algunas características de PCI y PAC. En la Sección 3 se pone en juego el concepto de *sinécdoque tecnológica* aportado por Benítez Larghi y Zukerfeld tras su estudio del PCI. En la Sección 4 se consideran los postulados de Amílcar Herrera y Andrew Feenberg sobre la tecnología y las implicaciones axiológicas en los diseños y selecciones de tecnologías. En la Sección 5 se revaloriza la importancia del contexto socio-histórico, económico y político, aprovechando los trabajos de Harari y Striphas, para tomar nota de sus definiciones a la hora de diseñar e implementar políticas en educación. Finalmente, se presentan las conclusiones y un esbozo de sugerencia de política pública.

2. PCI y PAC

2.1. PCI

Enmarcado en la Ley de Educación Nacional (LEN) N°26.206, el PCI se lanzó a través del Decreto 459/10 de abril de de 2010, definido por la Presidenta Cristina Fernández. Explicitando que se trata de un programa de innovación, en sus considerandos, el decreto afirma:

Que resulta imprescindible entonces crear un programa de **incorporación de la nueva tecnología** para el aprendizaje en línea y en red, proporcionando a alumnas, alumnos y docentes, de la educación pública secundaria y especial, una computadora y la capacitación a los docentes en el uso de dicha herramienta.” (Resaltado del autor) (Decreto 459/10)

Posteriormente (diciembre 2010), se publica la Resolución 123/10 del Consejo Federal de Educación (CFE) en la que se definen los lineamientos pedagógicos. En esta última aparecen definiciones sobre:

a) *Líneas estratégicas para una Política de Educación y TICs* (Tecnologías de la Información y la Comunicación):

- Producción, acceso y actualización de contenidos y/o software.
- Incorporación de las TIC en los contenidos curriculares.
- Calidad de las prácticas pedagógicas y usos educativos de las TIC.
- Desarrollo profesional docente.
- Cambios organizacionales en las instituciones educativas y nuevos roles para el trabajo con TIC.
- Provisión, instalación, mantenimiento y actualización de equipamiento, software y redes.
- Sistematización de información y experiencias e Investigación.
- Gestión de la Información.
- Fortalecimiento de los equipos técnicos y referentes TIC de los Ministerios de Educación.
- Articulación entre Estado, Universidades, organizaciones de la sociedad civil y el sector privado.

b) *Finalidades*

- La revalorización de la escuela pública.
- La inclusión digital y el mejoramiento de la calidad de la educación.

- El acercamiento a los intereses y necesidades de los alumnos de los distintos niveles educativos y la promoción de una mayor participación en su formación.
- El impacto social de una política universal de inclusión educativa.
- Disminuir las brechas de alfabetización digital de la población.
- Fortalecer el rol del docente.

c) *Objetivos Generales del PCI.*

- Asegurar el acceso y promover el uso de las TIC a todos los alumnos y alumnas en las escuelas estatales de educación secundaria, escuelas de educación especial y estudiantes de los últimos años de los Institutos de Formación Docente.
- Fortalecer las condiciones que incentiven los procesos de transformación institucional, pedagógica y cultural necesarios para el mayor aprovechamiento de las TIC en los establecimientos educativos.
- Mejorar la calidad de los procesos de enseñanza y de aprendizaje, a partir de integrar el uso de las TIC en las prácticas pedagógicas y el trabajo con las áreas de conocimiento, tanto por parte de docentes como de alumnos de manera que impacten positivamente en sus trayectorias educativas.
- Promover nuevos procesos de aprendizaje en alumnos con diferentes discapacidades y fortalecer procesos de integración a partir de la utilización de las TIC en su formación escolar y laboral en las escuelas especiales.
- Promover el fortalecimiento de la formación docente en el uso de las TIC y desplegar diferentes acciones de capacitación y desarrollo profesional tanto presenciales como a distancia, para el mejor aprovechamiento de las TIC en las escuelas y en Institutos Superiores de Formación Docente.
- Desarrollar una variada y pertinente producción de contenidos y herramientas digitales para dotar de nuevos recursos y materiales de enseñanza adecuados a los modelos 1 a 1.
- Posibilitar el desarrollo de redes sociales educativas y de redes territoriales comunitarias que promuevan vínculos solidarios entre los estudiantes y estrechen los vínculos entre las instituciones educativas, la comunidad y las familias.
- Garantizar la infraestructura de un “piso tecnológico” básico necesario para posibilitar: el aprovechamiento de la conectividad de manera

extensiva, la instalación de redes y el uso en las aulas de una computadora por alumno. (Resolución 123/10)

2.2. PAC

El 26 de abril de 2018 el Presidente Mauricio Macri anunció la creación bajo el Decreto Presidencial N° 386/2018 del PAC, también enmarcado en los objetivos de la LEN. Esta decisión llega después de varios cambios sucedidos en el PCI, que pasa a depender del Ministerio de Educación (antes lo centralizaba ANSES) y cambia su objetivo central de “reducir la brecha digital” al de “alcanzar la alfabetización digital”. Para ello, se presentan datos estadísticos sobre la posesión y acceso de docentes y estudiantes a dispositivos digitales como netbooks y celulares, obtenidos luego de realizada la serie “Acceso y Uso de tecnología de la Información y la Comunicación”³ en 2016, a saber:

Respecto de la Comunidad Docente:

- El 94% de los docentes cuenta con computadoras en sus hogares.
- 4 de cada 10 docentes encuestados señalaron haber sido destinatarios de netbooks o notebooks provistas por el estado.
- El 83% de quienes han recibido estos recursos, también señalan que hay otras computadoras en sus hogares.
- El 88,3% de los docentes cuentan con acceso a Internet en el hogar.

Respecto de los Estudiantes:

- El 87% de los alumnos de nivel secundario señalaron que cuentan con al menos una computadora en sus hogares.
- El 67% de los alumnos de nivel primario cuenta con al menos una computadora en sus hogares.
- 2 de cada 3 estudiantes tienen conexión a internet en sus casas y se encuentra más difundida en los hogares de jóvenes de secundaria.

A partir de estos valores, el decreto antedicho afirma que la entrega de equipos por sí sola no alcanza y que la tarea es introducir a los estudiantes en el aprendizaje de la educación digital, la programación y la robótica, desde el Nivel

³ Para ampliar, se puede consultar la Resolución 1410/2018 del Ministerio de Educación, del 30/05/2018.

Inicial, apostando a que pasen de ser consumidores a productores de la tecnología digital. Se explicita nuevamente la innovación como política pública:

Para llevar adelante este objetivo necesitamos de una infraestructura tecnológica en las escuelas que garantice una verdadera inserción de nuestros estudiantes en el mundo actual y del futuro. **Hoy existe tecnología más potente y específica**, en términos educativos, **en relación a los recursos que se vienen proviendo** a los establecimientos educativos...El objetivo es poner el centro en los aprendizajes y eso se logra con docentes y alumnos trabajando con contenidos en nuevos formatos y **tecnologías innovadoras**. (Resaltados del autor) (Decreto Presidencial N° 386/2018)

Asimismo, el PAC se enmarca en los lineamientos propuestos por la Resolución 330/17 del CFE, que en su Anexo I define el “Marco de Organización de los Aprendizajes para la Educación Obligatoria Argentina” (MOA), y propone un Modelo Pedagógico con cuatro niveles o nodos de la educación digital:

- Infraestructura y Equipamiento Tecnológico: para empezar se propone la adquisición de Aulas Digitales Móviles y Laboratorios de Programación y Robótica. Además se entregará Tecnología Emergente (drones, impresoras 3D, realidad virtual -dixit-).
- Conectividad en las Escuelas: Trabajar desde Educ.ar S.E. en coordinación con las jurisdicciones para dotar de conexión a todos los establecimientos educativos del país.
- Contenido Pedagógico Específico: *Marcos Pedagógicos* con orientaciones y competencias de educación digital además de objetivos de aprendizaje de programación y robótica; *Construcción Federal de los Núcleos de Aprendizaje Prioritario (NAP)* para los que ya se produjo el primer borrador de los NAP de Educación Digital, Programación y Robótica; *Serías Educativas* con videos explicativos para cada nivel, videojuegos y propuestas interactivas; *Guías, Tutoriales y Secuencias Pedagógicas* para el uso de los laboratorios de programación y robótica; *Maratones de Programación* para primaria y secundaria, cuyos ganadores de primaria reciben equipamiento tecnológico para ellos y su escuela y de secundaria viajan a un programa de capacitación en la Universidad de California, coordinado por la Fundación Fulbright; *Mujeres Programadoras* con

iniciativas para promover igualdad de género; el empoderamiento de las niñas, jóvenes y mujeres y su participación efectiva en actividades vinculadas a las TIC

- Formación Docente Actualizada: (...)La *Formación en particular* se realizará a través de las plataformas virtuales del Instituto Nacional de Formación Docente y el Instituto de Educación Técnica, y el portal Educar, además de las acciones implementadas a través de la Red Federal de Educación Digital, en conjunto con las jurisdicciones; *Contenidos de Micro-Aprendizaje*, para docentes de todos los niveles educativos, con material multimedia y formatos emergentes, para distribución a través de diversas plataformas digitales y en acciones presenciales. (Resolución 330/17, anexo I)

El MOA se propone como eje central promover el desarrollo de capacidades en los/las estudiantes a través de saberes prioritarios. Establece seis capacidades transversales para desarrollar a lo largo de la trayectoria escolar obligatoria:

- Resolución de problemas
- Pensamiento crítico
- Aprender a aprender
- Trabajo con otros
- Comunicación
- Compromiso
- Responsabilidad local y global

Estas capacidades se combinarán con el desarrollo de competencias digitales que fomentan el conocimiento y la apropiación crítica y creativa de las TIC para facilitar la inclusión de los/ las estudiantes en la cultura digital:

- Creatividad e innovación
- Comunicación y colaboración
- Información y representación
- Participación responsable y solidaria
- Pensamiento crítico

- Uso autónomo de las TIC

Luego se explicitan los objetivos de Aprendizaje de Programación y Robótica para cada nivel⁴.

3. Sinécdoque tecnológica

Tras realizar un importante trabajo de investigación sobre el Programa Conectar Igualdad con valores representativos de escala nacional, Benítez Larghi y Zuckerfeld (2015) extraen numerosos datos de los cuales interesa rescatar la *sinécdoque tecnológica*. El concepto refiere a la representación de directivos, docentes, alumnos y referentes técnicos escolares, en la que el PCI aparece igualado con las netbooks (2015: 270), a pesar ser un plan global con muchas otras aristas.

Es posible analizar estos resultados con las definiciones de Quintanilla (1998), que tratan de los distintos enfoques sobre la tecnología. El autor afirma que el *enfoque instrumental* es el que tiene la mayoría de la sociedad. Nos referimos a una mirada que reduce las tecnologías a los artefactos. Las prácticas, conocimientos, agencias, valores culturales que ellas implican no cuentan. La sinécdoque tecnológica es la manifestación de un enfoque instrumental que oficia como andamiaje de las representaciones que tienen los actores de las instituciones educativas. Justamente ahí radica su valor conceptual. Da cuenta de que, los artefactos y dispositivos tienen un peso que termina eclipsando la globalidad de la política pública. Y que, tanto los actores de las instituciones educativas como las autoridades de aplicación, se han relacionado mediados por esta sinécdoque tecnológica con estas políticas públicas.

A pesar de estos hallazgos previos al lanzamiento del programa y de la afirmación contraria a la mirada instrumentalista de la tecnología (PAC, Orientaciones pedagógicas de educación digital, 2017: 12), el decreto que da origen al PAC, inicia su fundamentación en una serie de índices de acceso a dispositivos y conexiones de internet. Y las propuestas concretas para las instituciones educativas lo hacen con adquisición de Aulas Digitales,

⁴ Para ampliar, se puede consultar Res. CFE 330/17, Anexo I.

Laboratorios, drones, etc.; además de volver a proponer garantizar conectividad en las escuelas.

Al igual que PCI, el PAC tiene apartados de contenidos específicos y de formación docente, pero no se informa ningún diagnóstico sobre conocimientos, usos, prácticas con tecnologías digitales por parte de directivos, docentes y estudiantes. Ni siquiera los aportes del informe nacional sobre el PCI que estamos citando u otros trabajos regionales (Zanotti, 2015; Aguiar y otros, 2016).

Lo antedicho plantea la posibilidad de que la sinécdoque tecnológica se mantenga durante la aplicación del PAC, limitando los alcances de esta política de innovación propuesta.

4. Herrera, Feenberg y la tecnología

Lejos de cualquier pretensión de neutralidad, nuestro análisis sobre la innovación tecnológica intenta considerar los aspectos sociales y culturales que cada “solución tecnológica” adoptada (o no) implica. Por ello, consideramos valioso el aporte del pensamiento CTS (Ciencia, Tecnología y Sociedad). En nuestra región, se ensayaron perspectivas en ese sentido, siendo la primera de ellas el denominado PLACTS (Pensamiento Latinoamericano de Ciencia, Tecnología y Sociedad). Entre las definiciones y propuestas presentadas en aquella época, queremos poner en juego algunas que se enfocan en la creación de la tecnología y su relación con la cultura en el trabajo de Amílcar Herrera (1973). A pesar de haberse escrito hace un tiempo considerable, parecieran tener una gran utilidad para el análisis del momento presente.

En primer lugar, Herrera le otorga un estatus determinante a la tecnología dentro de la cultura, definiendo “qué hacer” y “cómo hacer” en una sociedad (1973: 2). Se trata de un llamado de atención sobre el carácter axiológico de las selecciones tecnológicas que se toman (o dejan de tomarse). Con la tecnología que importamos estamos incorporando las formas culturales que ellas proponen a nuestras sociedades. Esta definición central en el planteo herreriano se complementa con la descripción de una tradición -opuesta a la de los países poderosos- que mantiene operando a los sistemas CyT (Ciencia y Tecnología) del Tercer Mundo como meros difusores y reproductores de la tecnología de los

centros del poder hacia sus propias sociedades (1973:11). Contrastemos estas afirmaciones con las de PCI y PAC.

En el PCI, al inicio de la implementación del programa -2010-, las terminales contaban con sistema operativo Windows (Microsoft). En la segunda mitad de 2013, se incorporó la opción Huayra (basado en GNU/Linux), siendo éste último el que operaba por defecto. Si bien es una mejora instalar DOS abierto, el desfase temporal implica una selección favorable a las tecnologías privativas, en este caso al Windows. Los estudios posteriores así lo confirman.

Yendo a PAC, el documento oficial destinado a la enseñanza de robótica (PAC, 2018), indica expresamente que los dispositivos a utilizar serán los Mindstrom, creación y propiedad de la multinacional danesa LEGO System. A su vez, para el aprendizaje y manejo de esta tecnología es necesario contar con sistemas operativos Windows (Microsoft) y MAC OS (Apple). Esto es así, a pesar de haber desarrollos locales en robótica educativa o didáctica⁵.

Por lo tanto, desde el punto de vista axiológico, PCI y PAC priorizaron transferir tecnologías de los centros de poder a nuestras escuelas y con ellas, el modo de “entender el mundo” que implican esas tecnologías y los modelos sociales en las que fueron desarrolladas.

En un análisis más cercano temporalmente, el filósofo de la tecnología Andrew Feenberg (2012) propone una teoría crítica de la tecnología, que intenta separarse del sustantivismo, así como del determinismo. Desde esa perspectiva aporta conceptos que también son interesantes para el análisis en cuestión. Uno de ellos -denominado sesgo formal- pone en cuestión la concepción de neutralidad con la que suele definirse a la tecnología. Para Feenberg, la elección del tiempo, espacio y el modo de emplear o encajar una tecnología -es decir, el contexto concreto y la dinámica histórica en la que se está desenvolviendo ése sistema técnico- implica la reproducción de relaciones de dominación. (2012: 135). Este concepto puede rastrearse en los programas analizados.

Como se señala en el apartado anterior, tras la aplicación de PCI Benítez Larghi y Zukerfeld (2015), confirmaron la casi nula utilización de los sistemas operativos alternativos al Windows y softwares educativos del programa

⁵ Uno de ellos, ÍCARO www.roboticaro.org, propone hardware y software libres. Otras opciones: Robótica educativa <https://www.roboticaeducativa.com/>. Robot Group <https://robotgroup.com.ar/es/> Robots Argentina <https://robots-argentina.com.ar/> por nombrar algunos.

(2015:280). Las comunidades educativas se encuentran con estas tecnologías e interactúan con ellas desde sus “saberes previos”. En este caso, desconociendo las posibilidades que habilitan las tecnologías más democráticas, como el software libre.

Al no haber consideración de este aspecto en la implementación del nuevo programa, lo que se encontró tras la implementación de PCI, se ratifica con PAC. El sesgo formal de estas tecnologías actúa en toda la línea. Antes (PCI) no se difundió, capacitó, reflexionó en el tiempo y espacio necesarios sobre las cuestiones axiológicas que implican las selecciones de tal o cual tecnología digital. Ahora (PAC), por un lado, se ofrecen dispositivos cuya tecnología está en el modo directo en que las corporaciones la desarrollan (Robótica) y, por otro tecnologías más transparentes y abiertas (software para Programación). En ambos casos, despreciando datos relevantes sobre la fuerte influencia del discurso hegemónico que reifica las propuestas tecnológicas de los centros de poder capitalista (países y/o corporaciones).

Sin desarrollar políticas públicas que reviertan notablemente esta situación, la reproducción de condiciones de dominación tecnológica (y por ello, cultural) se torna más que probable. Y con ella, se limitan seriamente las posibilidades de alcanzar los objetivos de “apropiación crítica de la tecnología”, para “transformar el mundo”, propuestos por esta innovación.

Finalmente, tanto Herrera como Feenberg apuntan a la participación plena de las comunidades para la selección o diseño de las tecnologías que sintonizan con las demandas sociales. Este concepto no ha sido parte de PCI ni de PAC, ya que de existir articulaciones se hubieran podido construir soluciones a los problemas observados en PCI, capitalizándolas a la hora de iniciar PAC. En ambos programas se difunde la opinión de “expertos” (PCI 2011; PAC 2018), pero no se da cuenta de experiencias de articulación efectiva con las comunidades educativas, científicas, las organizaciones sociales, territoriales, otras instituciones (hospitales, centros de salud, espacios culturales, clubes deportivos y sociales), emprendimientos que desarrollan estas tecnologías a nivel local, considerada en el momento del diseño.

En resumen, se insiste en un “paquete tecnológico” elaborado “desde arriba” con la propuesta de que sea adaptado por los usuarios a las realidades regionales. En ese sentido, más allá de la especificidad de estos programas, PCI y PAC son poco innovadores respecto a la transferencia de tecnologías en nuestro país.

5. El contexto

Freire (1974) oponía dos tipos de educación: la que se realiza como práctica de la opresión y la que lo hace como práctica de la libertad. La primera implicaba enseñar divorciando a las personas de su contexto histórico y su ubicación social concreta. La segunda, por el contrario, partía de ubicar a quien aprende en el mundo en que vive, señalando las injusticias y desigualdades, para plantearse un camino de libertad.

Los programas que analizamos se proponen modificar realidades escolares, sociales, individuales, apuntando a la inclusión social y la participación solidaria y responsable de los/as estudiantes. Teniendo en cuenta estos objetivos, aunque la cuestión del contexto también puede referir a aspectos institucionales (Ezpeleta, 2004), interesa destacar dos tópicos que tienen relación directa con la inclusión social y la participación: el trabajo y la democracia en el contexto en que las tecnologías digitales se desarrollan y contribuyen a desarrollar. Es fundamental considerar la actualidad de estas dos cuestiones como un marco ineludible para situar el rol de la escuela y el de las innovaciones que se proponen. Los trabajos de Striphas (2015) y Harari (2017) hacen aportes valiosos para considerar en este estudio.

Harari (2017) explora datos y tendencias existentes en la actualidad, para advertir que los supuestos sobre los que descansa la democracia, economía e instituciones actuales están amenazados. Que la sociedad actual se ha sostenido por la valoración de los humanos de manera individual (2017: 3); pero en la actualidad la importancia del individuo está retrocediendo frente al alcance de las tecnologías modernas y sus algoritmos (2017: 4). Si esto continúa desarrollándose, el autor plantea varios dilemas, entre ellos: ¿qué pasará con los humanos conscientes sobrantes, luego de que los algoritmos hagan casi todo mejor que ellos? (2017:16).

Cuando la industria se expandió, pudo absorber en parte los empleos que se perdieron en los campos, pero ahora no está claro que los servicios puedan compensar los miles de puestos que desaparecerán en la industria, ya que los algoritmos hacen las cosas mejor que nosotros, tanto en lo relativo a capacidades físicas como a las cognitivas (2017: 17). Aquí tenemos un problema del contexto que es clave considerar: la pérdida de puestos de trabajo y la creciente dificultad para crear nuevos empleos en los que los humanos rindan mejor que los algoritmos (2017: 25). Esta situación no puede ser apartada del contexto en que

se enseñan estas tecnologías digitales. Se debe tener un posicionamiento ante ellas porque impactan directamente sobre la vida de todos los actores del sistema educativo.

Harari también se preocupa por la supervivencia de la democracia y el rol de los seres humanos en este contexto en que los algoritmos (por ejemplo, los de Facebook) tienen tantos datos sobre nosotros que pueden prever (e incidir en) nuestras inclinaciones político-electorales (2017:45). El reciente conflicto por el manejo de los datos personales, que involucró a Facebook y Cambridge Analytica y la posibilidad de que se hayan afectado los resultados de las elecciones presidenciales de Estados Unidos nos indica que Harari no está inventando problemas. Pero no sólo por el tema de la “protección de datos personales”; si no por lo que implica que estos algoritmos desarrollados por empresas tengan los datos personales de millones de personas, obtenidos gratuitamente y, en la mayoría de los casos, con total ignorancia de los usos futuros que harán de ellos.

Podríamos decir que Striphas aporta elementos en este mismo sentido. El filósofo francés inspira su artículo en el trabajo de Raymond Williams (2000) quien plantea que “algunos procesos sociales e históricos importantes ocurren dentro del lenguaje”⁶. Por ello realiza un recorrido etimológico sobre “información”, “multitud” y “algoritmo” como palabras clave para entender la actualidad (Striphas, 2015: 397), a través de las cuales desarrolla una visión de los cambios en la realización y comprensión de la cultura. Allí, destaca la transferencia de las decisiones a los algoritmos, que manejan nuestras preferencias, opiniones y datos, de manera creciente. Por eso advierte que *“a pesar de la retórica populista...las empresas como Amazon, Google y Facebook se están convirtiendo rápidamente, a pesar de su retórica populista, en los nuevos apóstoles de la cultura.”* (2015: 407).

Estos autores dan cuenta de la configuración actual y de posibles tendencias que ya comienzan a expresarse. Y se trata de cuestiones insoslayables para cualquier proyecto educativo. Hablamos de pérdida neta de puestos de trabajo, de la precarización en la participación democrática. Ambos temas tienen relación directa con las tecnologías digitales y su impacto se extiende vertiginosamente sobre nuestras comunidades educativas.

⁶ Para ampliar, véase Williams (2000).

Por ello, si las políticas públicas en educación (y esto incluye, naturalmente, las políticas de innovaciones tecnológicas para las escuelas) se plantean contribuir a la inclusión social –más aún si se habla de la transformación del mundo en que vivimos- lejos de abstraerse, deben explicitar un posicionamiento ante estas tendencias visualizadas en el contexto político-social-económico-cultural. Aquí es donde hay que “marcar la cancha” y definir lo que se quiere hacer.

El PCI tenía entre sus objetivos achicar la brecha digital entre los que más y menos tienen, revalorizar la escuela pública y formar redes solidarias escuela-comunidad. Si bien, las brechas no se resuelven con la posesión de dispositivos; y las tecnologías propuestas y el diseño del programa no tenían total coherencia con estos objetivos, se trata de un posicionamiento político frente al contexto. Se reconoce una desigualdad y se apuesta a lo público y a lo comunitario, por sobre lo privado y lo individual.

En el PAC se promueven objetivos de cambiar el mundo, pero sin definir ese mundo por cambiar. Y este vacío se acompaña con propuestas de competencias, se premia a ganadores con viajes, se habla de éxito, resolución de problemas creativamente. Se configura un posicionamiento que se abstrae de los problemas reales del contexto, privilegiando lo individual y los resultados, a tono con una mirada meritocrática de la educación.

Hace algunos meses, Darío Sandrone⁷ publicaba un interesante artículo en un matutino de Córdoba⁸, en el que planteaba una serie de interrogantes sobre los saberes y herramientas que debería proveer el estado por medio del sistema educativo si se propone formar ciudadanos y no sólo programadores. Si se quieren responder esas preguntas y, sobre todo, tenerlas en cuenta para la implementación de un plan de innovación que promueve la “apropiación crítica de la tecnología”, “cambiar el mundo”, este abandono del contexto político-económico-social en que las tecnologías digitales se desarrollan y contribuyen a desarrollar debe corregirse.

⁷ Doctor en Filosofía. Universidad Nacional de Córdoba.

⁸ Sandrone, Darío. “Sí, un poco”. Artículo de opinión publicado en el diario “Hoy Día Córdoba”. 04/10/2018. <https://www.hoydia.com.ar/columnistas/98-cultura-y-tecnologia/4685-si-un-poco.html>

Conclusiones/Preocupaciones

En este artículo, los tres aspectos que nos propusimos señalar fueron:

- 1) la falta de diagnóstico sobre conocimientos, usos, prácticas con tecnologías digitales por parte de las comunidades educativas que deben implementar los programas estudiados;
- 2) la implicancia axiológica que conlleva la transferencia de tecnología desde los centros de poder a nuestras sociedades; y
- 3) la importancia del contexto socio-económico, histórico y político en que se pretenden implementar las políticas públicas. tres aspectos o cuestiones.

En este sentido, respecto de los Programas Conectar Igualdad y Aprender Conectados, el presente análisis nos ha permitido concluir que la persistencia de una sinécdoque tecnológica, como manifestación de enfoque instrumentalista imperante, ha sido comprobada en el PCI, pero no se da cuenta de este problema en el PAC. Las comunidades educativas están permeadas por un discurso en favor del uso de las tecnologías dominantes, tanto a nivel de hardware como de software. Esto representa un riesgo importante, que puede tornar inalcanzables los objetivos que se están proponiendo con esta innovación. ¿Es posible encarar un plan de innovación de escala nacional sin un análisis de los conocimientos previos adquiridos con el PCI? ¿Los objetivos y plazos son los mismos en cualquier caso? ¿No tiene impacto en los planes de formación docente? ¿En el nivel inicial y el nivel primario, que no tuvieron PCI, la situación es la misma? Los documentos oficiales no permiten una respuesta.

Seguidamente, contrastando con los planteos de Herrera y Feenberg, observamos que la selección de tecnologías ofrecidas por PCI y PAC, desde lo axiológico, implican la transferencia de tecnologías y modos culturales desde los centros de poder capitalista (países y corporaciones) al seno de nuestras sociedades. Los enfoques reinantes en nuestras sociedades, se ven reforzados por estas selecciones tecnológicas, que reproducen el actual esquema de dominación mundial por parte de las corporaciones. Las dificultades en el uso y apropiación de tecnologías abiertas (software libre) en el PCI se verán reforzadas por la transferencia de robótica de multinacionales, dejando de lado propuestas locales existentes (incluso algunas que promueven hardware y software libre simultáneamente). Por otra parte, se persiste en validar a los especialistas, pero no hay articulación efectiva con las comunidades educativas y sus entornos para

diseñar las propuestas de innovación. ¿Es posible apropiarse críticamente de la tecnología hegemónica? ¿Por qué no innovar axiológicamente promoviendo exclusivamente las tecnologías democráticas? ¿Es más fácil adaptar un producto centralizado o un diseño inclusivo a las necesidades locales?

En el fin de nuestro camino se analizó la importancia del contexto político-social y cultural. La pérdida y precarización del empleo, la reducción y empobrecimiento de la participación democrática. Estos aspectos son parte constitutiva del escenario en que vivimos (y desarrollamos nuestras prácticas en las escuelas) y la práctica educativa, en tanto política, debe posicionarse claramente frente a estas cuestiones. Más aún las políticas públicas para educación. Frente a esto se observa que PCI, a pesar de sus limitaciones, se posiciona ante el contexto, reconociendo desigualdades y apostando a lo público y comunitario. Por el contrario, PAC no define el mundo en que vivimos quienes docentes y estudiantes de las escuelas de Argentina, ese mundo en que se desarrollan (y también desarrollan) las tecnologías digitales. ¿La escuela va a promover la competencia y selección entre “productores de tecnología” o tendrá una postura crítica, privilegiando lo colectivo e inclusivo? ¿Ese posicionamiento impacta en la enseñanza y aprendizaje de las tecnologías digitales? ¿Además de la protección de datos personales, cómo se promoverá la concientización sobre la importancia de decidir y participar democráticamente?

Podemos afirmar que los tres aspectos señalados impactan en cualquier programa de innovación. En los casos analizados, implican limitaciones cuando no directamente resultados negativos. Por ello, es deseable que se construyan e implementen políticas públicas para modificar desde el inicio esta situación, articulando efectivamente con las comunidades para incorporar modificaciones al diseño del PAC y generar propuestas de formación docente inicial y continua que sintonicen con las necesidades y demandas reales de las escuelas públicas. En cada caso, integrando los aportes de la filosofía de la técnica y los CTS que se vienen produciendo sobre esta temática, algunos de los cuales hemos utilizado para el presente trabajo y dan cuenta de su relevancia para estos estudios.

Referencias

- Aguiar, Diego y otros (2016). *Cambios y permanencias en las prácticas de enseñanza con TIC, Neuquén, Argentina*. Ciencia, docencia y tecnología N°53. Dic 2016.
- Benítez Larghi, S. y Zukerfeld, M. (2015) *Flujos de conocimientos, tecnologías digitales y actores sociales en las escuelas secundarias. Un análisis socio-técnico de las capas del Programa Conectar Igualdad* (Informe de investigación).
- Bilinkis, S. (2014). *Reinventando la educación: nuevos contenidos, nuevas formas* (cap. 9). En Pasaje al futuro. Sudamericana.
- Conectar Igualdad. *Educación y tecnologías: las voces de los expertos*. Comp. Silvina Gvirtz y Constanza Necuzzi. - 1a ed. – CABA. ANSES, 2011.
- Colección Pedagógica. Programa Aprender Conectados.
- Consejo Federal de Educación. *Marco de Organización de los Aprendizajes para la Educación Obligatoria Argentina*. Resolución 330/17. 2017
- Decreto 386/18. Lanzamiento Programa Aprender Conectados.
- Decreto 495/10. Lanzamiento Programa Conectar Igualdad
- Denis Kambouchner, Philippe Meirieu, Bernard Stiegler, Julien Gautier, Guillaume Vergne (2012). *L'école, le numérique et la société qui vient.*, Fayard/Mille-et-une nuits.
- Dussel, Inés (2011). *Aprender y enseñar en la cultura digital. Documento básico*. VI Foro Latinoamericano de Educación; Educación y tecnologías digitales: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital. Fundación Santillana.
- Dussel, Inés y Quevedo, Luis Alberto (2011). *Educación y tecnologías digitales: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. VI Foro Latinoamericano de Educación; Educación y tecnologías digitales: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital. Fundación Santillana.
- Ezpeleta Moyano, Justa (2004). *Innovaciones educativas. Reflexiones sobre los contextos en su implementación*. Revista Mexicana de Investigación Educativa ABR-JUN, VOL. 9, NÚM. 21, PP. 403-424.

- Feenberg, Andrew (2012). *Transformar la tecnología. Una nueva visita a la teoría crítica*. Editorial UNQuilmes. Bernal.
- Freire, Paulo (2008). *La educación como práctica de la libertad*. Siglo XXI Editores. Buenos Aires.
- Harari, Y.N. (2017). *La gran desconexión* (cap 9). En Homo Deus. Buenos Aires: Debate.
- Herrera, Amílcar O. (1973) *La creación de tecnología como expresión cultural*. Nueva Sociedad. N°8-9 Sep/Dic 1973, pp. 58-70.
- Ministerio de Educación de la Nación (2017). *Competencias de Educación Digital* - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- _____ (2017a) *Programación y robótica: objetivos de aprendizaje para la educación obligatoria*. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- _____ (2018) *GigaBot: guía didáctica. Plataforma para el aprendizaje de la robótica*. Educación secundaria.
- Quintanilla, M.A. (1998) *Técnica y Cultura*. Teorema Revista internacional de Filosofía. OEA. Vol. XVII/3 pp 49-59
- Resolución 123/10 Consejo Federal de Educación
- Striphas, Ted (2015). *Algorithmic Culture*. European Journal of Cultural Studies. 18, pp. 395-412
- Williams, Raymond (2000). *Palabras clave: Vocabulario de cultura y sociedad*. Nueva Visión.
- Zanotti, Agustín; Arana, Agustín (2015.) *Implementación del Programa Conectar Igualdad en el aglomerado Villa María-Villa Nueva, Córdoba, Argentina*. Ciencia, docencia y tecnología N°50. Mayo.

**Relaciones mediadas por tecnologías digitales.
Reseña del libro *Kentukis* (2018, Random House)
de Samanta Schweblin.**

Guillermina Yansen¹

Cómo citar: Yansen, G. (2019). Relaciones mediadas por tecnologías digitales. Reseña del libro *Kentukis* (2018, Random House) de Samanta Schweblin. *Revista Hipertextos* 12(7), pp. 139-155. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e007>



Ficha Técnica

Título: Kentukis

Año de 1ª edición: 2018

Autora: Samanta Schweblin

Editorial: Random House

Págs: 221

Género literario: novela

¹ Becaria posdoctoral CONICET (UM-UBA). Dra. en Ciencias Sociales (UBA). Mg. en Ciencia Política y Sociología (FLACSO Argentina). Licenciada en Sociología (Facultad de Ciencias Sociales, UBA). Integra el equipo e-TCS (Equipo de Estudios de Tecnología, Capitalismo y Sociedad) del Centro CTS. Contacto: guillerminayansen@e-tcs.org (o gmail).

En este breve escrito nos proponemos reseñar *Kentukis* (2018, Ed. Random House), novela de ficción y libro más reciente de la autora argentina Samanta Schweblin.

El ejercicio que ensayamos, algo atípico en revistas académicas que no se dediquen específicamente a tópicos culturales, consiste más precisamente en reseñar esta novela atendiendo a la visión sobre la tecnología que allí se plasma y utilizando la ficción como insumo para reconstruirla o, mejor dicho, interpretarla. Naturalmente, la resultante no será el reflejo de la visión que prima en la sociedad. Tampoco espejará la que abunda en el género novela, ni mucho menos en la ficción en general. Será, en cambio, un mojón en el conocimiento sobre los imaginarios que circulan en nuestra cultura ficcional de la tecnología, particularmente de la tecnología digital. ¿Cómo observamos a las tecnologías digitales desde la ficción? ¿Qué nos (pre)ocupa en torno a ellas? ¿Cómo es el mundo que las rodea? ¿Qué aspectos de la relación tecnología-sociedad tienen protagonismo? ¿Cuáles, en cambio, permanecen opacos? Estas preguntas intentarán ser contestadas, entonces, en torno a un imaginario ficcional posible, siempre en relación a esta novela y sin pretensión de generalización.

La relevancia de *Kentukis* viene dada por, al menos, dos aspectos. En primer lugar, por su temática. Como veremos en detalle a continuación, los protagonistas de la novela, los kentukis, son tecnologías digitales (TD) que median relaciones humanas. De este modo, la tecnología digital constituye el centro de la trama y no una figura meramente lateral.

El segundo aspecto que le otorga relevancia a la novela es la notoriedad que ha cobrado su autora en los últimos años. Nacida en Buenos Aires en 1978 e instalada desde hace algunos años en Berlín, Samanta Schweblin ha publicado ya una buena cantidad de obras literarias y obtenido una importante cantidad de premios que le han valido el reconocimiento nacional e internacional. Entre sus obras más destacadas se cuenta “Siete casas vacías” (Páginas de espuma, 2015), una colección de cuentos por la que obtuvo el premio español de Narrativa Breve Rivera del Duero 2015. Asimismo, su primera obra en el género novela, “Distancia de Rescate” (2014, Random House), además de haber ganado dos importantes premios en 2018², fue elegida en 2017 como finalista del premio Man

² Por dicha obra ganó el premio Tournament of Books y fue la primera autora argentina en obtener el premio Shirley Jackson.

Booker International Prize, -según entendidos- uno de los premios más prestigiosos de la actualidad. Traducida a más de 23 idiomas, esa misma novela, cabe destacar, le abrió las puertas al cine de la mano de nada menos que Netflix, en cuyo proyecto se encuentra trabajando actualmente la autora. En fin, con este panorama, es de esperar que *Kentukis* tenga una importante llegada al gran público. Al momento, se encuentra entre los libros más vendidos en librerías reconocidas en Argentina (Cúspide, Eterna Cadencia, entre otras).

El presente escrito se divide en tres partes. En la primera aportamos un resumen de la novela. Luego, [alerta *spoiler*]³ dedicamos dos secciones a reseñar la trama con algo más de detalle con el foco puesto en las TD. En la sección 2 aportamos lo que entendemos es la visión general, el lente con el que son observadas las tecnologías digitales en esta novela. En la sección 3 rastreamos algunos hilos temáticos más específicos sobre las TD. Sospechará el lector, a esta altura, que no pretendemos ofrecer una reseña literaria, ni aparentar *expertise* alguna en dicha materia.

1. Un resumen de *Kentukis*

La novela narra diversas historias de los más variados personajes vinculándose a *kentukis* en distintas ciudades y pueblos a lo largo del globo. Es a través de estas historias, sin más conexión entre sí que la presencia de esta especie de mascota tecnológica, que el texto nos propone descubrir lentamente qué son los *kentukis* y cómo son las relaciones que se establecen con ellos.

Un *kentuki* es un artefacto tecnológico vestido de peluche que conecta a dos personas: a quien adquiere el *kentuki* (el “amo”) y a quien lo controla de manera remota (el “ser”). Así, en realidad, el *kentuki* necesita de dos dispositivos para funcionar.

De un lado, nos encontramos con el “muñeco” o “mascota” - el *kentuki* propiamente dicho-, cuyo comprador (o “amo”) tendrá como compañero. Sus funcionalidades digitales y mecánicas son limitadas. En cuanto a las primeras, el “bichito” puede ver a través de una pantalla, puede escuchar y emitir sonidos,

³ Aunque evitaremos referencias a información específica sobre el desenlace de las historias, brindaremos algunos datos que no necesariamente remiten a la mera presentación de las mismas. Queda entonces advertido el lector. Se comprenderá, también, que, por esta misma razón, algunas afirmaciones podrán resultar poco fundadas. El lector que se acerque a la novela juzgará, luego de su lectura, si tienen o no algún tipo de asidero.

pero no puede hablar, filmar, grabar sonidos ni tomar fotografías (algo que en algún momento de la novela se explicará por “las políticas de privacidad”). Todo ello limitado más aún por sus funcionalidades mecánicas. Su soporte es un peluche con forma de animalito, de colores estridentes, una altura de no más de 30 cm y unas pequeñas ruedas debajo de sí. Impulsadas por un motor a batería, estas le permiten trasladarse a velocidad muy modesta en una superficie plana, pero no subir o bajar escalones. Los hay dragones, cuervos, osos pandas, topos, conejos y lechuzas. De este modo, el potencial de sus funciones digitales depende en gran medida de su soporte, que lo hace a su vez depender de los caprichos de su amo. Si un amo deja a un kentuki patas para arriba, mirando una pared, la visión del kentuki quedará naturalmente restringida a un rectángulo gris de cal. Particularmente, es crucial que el kentuki nunca se descargue completamente. El cargador (similar a la base de una pava eléctrica) está en poder del amo, pero el kentuki puede ir hacia la base de carga por sus propios medios, en la medida en que le sea posible. Como veremos, parte del asunto está en descubrir todas las potencias que tiene una tecnología, a priori, tan limitada.

El otro dispositivo necesario para el funcionamiento de estas mascotas es una computadora o *tablet* en la que instalar el controlador del kentuki, una app, también paga, que permitirá establecer una conexión y manejar al kentuki, sea donde fuere que el mismo se encuentre físicamente. Manejar, como se deduce un poco de lo dicho más arriba, implica “despertarlo” (conectarse a la app) para que pueda ver, oír, moverse y, eventualmente, establecer algún tipo de comunicación con su “amo”.

En síntesis, la novela narra historias de *relaciones mediadas por kentukis*: un “amo” o “ama”, que es quien recibe al kentuki en su hogar, y un “ser”, que es quien auspicia de alma del kentuki vía su controlador, y que únicamente mira una pantalla en su computadora, mientras el muñeco se pasea por algún sitio que el amo haya dispuesto. En esta novela se puede, entonces, “tener” un kentuki o “ser” un kentuki.

Las relaciones mediadas por kentukis presentan dos particularidades. En primer lugar, no hay forma de preseleccionar a los seres humanos que establecerán la conexión. Algún tipo de algoritmo desconocido, establecerá, al momento de encender el bichito por primera vez, una conexión azarosa entre una persona y otra, que bien puede estar en otra parte del mundo o en el piso

inmediatamente debajo de su departamento, puede ser un niño, un anciano o una adolescente, y puede tener las más variadas motivaciones y formas de ser, como en la vida misma. En este comienzo, ninguno de lxs conectadxs puede saber nada sobre las respectivas identidades ni ubicaciones, estableciéndose una relación completamente anónima. La segunda particularidad es que dicha conexión será la única que podrá transitar ese kentuki durante su vida útil. Si la conexión no gusta, el ser (controlador) puede elegir desconectarse; mientras que el amo (poseedor) puede romper el bicho en mil pedazos o simplemente dejar que la batería del kentuki se descargue completamente. En cualquiera de esos casos, la conexión habrá finalizado para siempre. Ese kentuki no servirá nunca más y deberá comprarse otro para establecer una nueva conexión y ver si, esta vez, se tiene mejor suerte con el alma y/o escenario que ha tocado. Teniendo en cuenta que no son baratos, los kentukis no parecen ser precisamente descartables. Más bien, lo contrario. Es probable que se intente establecer una buena conexión duradera y única.

Al comienzo, novedosas y de nicho, estas mascotas digitales -que en ciertos momentos nos recuerdan al tamagotchi de los años 90 y en otros, nos hacen pensar en algunas de las redes sociales actuales- empezarán a conquistar el mercado masivo, formar parte de las noticias en los informativos centrales y volverse visibles en el espacio público a nivel global. Pero esa es toda la atención que se le prestará a caracterizar a este mundo cada vez más poblado de kentukis. Sin referencia alguna a cuestiones políticas, sociales o económicas, nada hace sospechar que el escenario sea futurista o distinto del que actualmente habitamos.

El foco de la atención está dirigido a las relaciones mediadas por kentukis (principal pero no únicamente afectivas), que en su expresión menos desarrollada se limitan a la mirada y a alguna comunicación rudimentaria. De este modo, las historias -algunas breves; otras extensas; algunas cuyo protagonista es amo; otras, ser- nos hablarán de esos vínculos, tematizando y problematizando variadas aristas de las relaciones mediadas por tecnologías digitales: el rol de la mirada, en esta sociedad en que hace tiempo, “años quizás”, no se ve “a alguien con los ojos cerrados” (Schweblin, 2018: 167); los límites a la exposición de la intimidad, las relaciones de poder entre quien mira y quien es mirado, los riesgos y las virtudes de las relaciones anónimas, la soledad, el afecto, etc. Aunque la contratapa del libro señala al “voyeurismo” como línea principal de lectura, esta arista es, en nuestra opinión, una más entre otras posibles, y solamente describe el núcleo de algunas de las historias narradas.

Todo ello está involucrado en la gama de personalidades más variada que podamos imaginar (personas maternas, solitarias, interesadas, personas buscando entretenimiento, amor, dinero, excitación sexual, curioseando y más).

Hasta aquí, un racconto sencillo pero necesario para que un lector curioso imagine lo que la novela habrá de ofrecer. Nada de lo dicho le impedirá disfrutar de la trama.

2. Tecnologías digitales y sociedad en *Kentukis*: una mirada general

A partir de ahora, nos embarcamos en nuestra segunda tarea: ¿qué nos dice *Kentukis* sobre el imaginario de las tecnologías digitales en la ficción?, ¿cómo y para qué nos vinculamos a ella?, ¿qué temáticas emergen que problematicen la presencia de estas tecnologías en las relaciones sociales?, ¿qué aspectos de los *kentukis* pueden servir para pensar a las tecnologías digitales que conocemos?

Comenzamos por aproximarnos a la visión general con la que es abordada la relación tecnología - sociedad en la novela. ¿En qué polo de esta relación está enfocado *Kentukis*? ¿Por dónde pasan sus preocupaciones? ¿Tienen política, tienen valores, los *kentukis*? ¿Nos imponen una forma de relacionarlos? ¿Es, en cambio, la sociedad la que le impone el desarrollo o los límites a sus potencias? Naturalmente, las respuestas a estos interrogantes no pueden nunca ser categóricas. Sin embargo, no pocos elementos de los que recorren el hilo del texto sugieren que esta ficción tiene el acento puesto en el segundo polo del binomio tecnología - sociedad, incluso acercando varias de sus preocupaciones a las propias de lo que se conoce como la teoría instrumental o el determinismo social de la tecnología (Feenberg, 1991; Winner, 1999). Entre los elementos que respaldan este señalamiento podemos mencionar los siguientes.

En primer lugar, no hay un modo de uso o finalidad prefigurados en el diseño de los *kentukis*. El manual de instrucciones deja atónito a más de un personaje en este sentido: se halla solamente alguna indicación precaria sobre el modo de carga del bicho y algún otro elemento relativo al hardware. En segundo lugar, como mencionamos, las funciones tecnológicas son bastante limitadas. En esta tecnología -reza uno de los personajes principales- no hay “nada nuevo”; no es otra cosa que “un cruce entre peluche articulado y un teléfono” (Schweblin, 2018: 26), “un teléfono con patas” (Schweblin, 2018: 107), y, sin embargo, toda una

variedad de relaciones se construirá a partir de ella. En tercer lugar, no hay menciones ni interrogantes formulados por los personajes acerca de los fabricantes, alguna empresa, el software, el algoritmo que regula los *matches*, ni ningún elemento vinculado al diseño de esta tecnología, como sí los hay respecto de muchas otras cuestiones que rodean a los kentukis. Solo se menciona, al pasar, su origen chino. El diseño de la tecnología no es mayormente cuestionado. En *Kentukis*, la tecnología está allí, ha llegado a los hogares. A través de las historias se intentará responder a la pregunta acerca de cómo la sociedad se apropia de ella.

¿Para qué sirven o para qué fueron diseñados los kentukis entonces? En efecto, cada usuario habrá de resolverlo. Así, el cuarto y principal elemento que abona la presencia de una cierta visión instrumental de la tecnología es la trama del conjunto de historias. Estas revelan una multiplicidad de usos y diferentes grados de desarrollo de las potencialidades tecnológicas de los kentukis que dependen siempre de las motivaciones y valores de sus personajes, de sus acciones y omisiones, y de los límites o libertades que estos impongan a su relación.

Así, por ejemplo⁴, un kentuki en manos de tres adolescentes de una preparatoria de algún lugar de Estados Unidos sirve al chantaje de una compañera que, por algún motivo, es objeto de *bullying*. Este uso requerirá de alguna comunicación con el kentuki, que se resolverá colocando un tablero de “Ouija” para que el bicho conteste preguntas moviéndose sobre las letras y que les permitirá intercambiar correos electrónicos y fotos. Un kentuki adquirido por una madre preocupada por los posibles efectos de su reciente divorcio sobre su hijo pre-adolescente es utilizado para acompañar y vigilar el cotidiano de su niño en Umbertide, Italia. En la que es una de las historias principales de la novela, otro kentuki es utilizado como mascota por una joven mendocina que, en solitario y sin mucho con qué llenar sus días, acompaña a su pareja a una residencia artística en Oaxaca. Para ello se propondrá, aunque no necesariamente logrará, evitar traspasar los límites de una relación de mascota, limitando, en otras cosas, la comunicación con el kentuki. Algún kentuki en otras zonas del globo recibe dinero de un taxista, quien lo utiliza para conocer radares y evitar multas, y otro tanto ocurre con uno “entrenado” por un vagabundo para brindar pronósticos de futuro a transeúntes a cambio de unos pocos pesos.

⁴ La siguiente información hace fundamentalmente a la presentación de algunas de las historias.

Algo equivalente podemos observar desde la perspectiva de los “seres”. En una historia breve, un controlador en manos de un personaje rodeado de muerte y miseria, se convierte en fuente de desconexión momentánea de la propia realidad, cuando sus ojos insertos en el kentuki pasean felices, alzados en hombros de otros, por algún evento en otra parte del mundo. En un sentido similar, un controlador en manos de un niño guatemalteco en duelo por la reciente muerte de su madre es utilizado para intentar conocer la nieve en el norte de Noruega y completar así aquella promesa que ella dejó inconclusa. Por su parte, desde Zagreb, un señor hace uso de múltiples controladores de modo simultáneo con el único fin de ganar dinero, vendiendo conexiones usadas. En cambio, en manos de un auténtico pedófilo, un controlador puede canalizar las más profundas miserias del ser humano en un kentuki. Según las noticias, hay cientos de casos denunciados.

En síntesis, el kentuki, un simple bichito, puede ser utilizado para los más diversos fines, dependiendo de las personalidades, digamos, los valores de los personajes que se relacionan a través de ellos. Poco hay de esencial en esta tecnología que imprima un uso determinado.

Naturalmente, las historias no son lineales y las intenciones originales de los personajes no siempre coinciden con los usos que terminan teniendo los kentukis. Aparecen, obviamente, los conflictos [*Alerta spoiler*]. Estos conflictos y los desenlaces que provocan le imprimen una mirada pesimista, e incluso fatalista, al uso de estas tecnologías que podría hacernos pensar en otro tipo de encuadre de la relación tecnología - sociedad. Podría sugerirnos la existencia de alguna esencia en el diseño de la tecnología que conlleva la fatalidad. Independientemente de lo que queramos hacer con ella, algo escapa a nuestro control, algo inherente a ella. Particularmente *Kentukis* le pone, como veremos luego con algo más de detalle, mucha atención al diseño azaroso y anónimo de las conexiones y, en efecto, algunas historias están muy atravesadas por esta cuestión. Sin embargo, en muchas otras el anonimato pasa a segundo plano (o está incluso ausente por distintos motivos) y son los celos, la desconfianza, el amor, la infidelidad y demás yerbas (muchas veces objetivadas en los kentukis) las que explican los conflictos. En esta línea, la narración es efectiva cuando nos va llevando, como lectores, a pasar por alto aquel momento en que, acompañando a los personajes, hemos habilitado o deshabilitado, por acción u omisión, ciertas potencialidades de las tecnologías. Más aún, en algunas

oportunidades, será subrayado cuán fácilmente los personajes olvidan que podrían, mediante un simple *click*, desactivar todos los conflictos.

El pesimismo emergerá, entonces, cuando llegemos a pensar que la oscuridad, las ambivalencias en los límites, aquellos elementos que han llevado al destino fatídico de las historias no están en otro lado más que adentro nuestro, incluso cuando tenemos “buenas intenciones”.

Así, si tuviéramos que aventurar una lectura, diríamos que, aun en este giro pesimista, el foco primordial de la relación tecnología - sociedad sigue estando en lo que los sujetos hacen con las posibilidades que abren las TD y no tanto en lo que su diseño les impone.

Considerando que esta, la sociedad de kentukis, es una sociedad global; considerando, además, que los kentukis traspasan -algunas⁵- clases sociales, de existir una esencia, esta está en el ser humano. No parece azaroso, ahora, que en uno de los epígrafes, antes de comenzar el viaje al mundo de los kentukis, la novela nos ofrezca la siguiente advertencia: “Antes de encender el dispositivo, verifique que todos los hombres estén resguardados de sus partes peligrosas. Manual de Seguridad. Retroexcavadora JCB, 2016”.

3. Las relaciones mediadas por kentukis: algunos hilos temáticos

Como mencionamos más arriba, son varias las aristas de las relaciones mediadas por tecnologías digitales tematizadas en el texto, y dan cuenta de las preocupaciones que en esta ficción rodean a las TD. En este sentido, llevan mucho más a formularse preguntas que a obtener respuestas. A continuación, señalaremos brevemente algunas de ellas.

⁵ Los kentukis son caros y en efecto son adquiridos por las clases, digamos, incluidas. Sin embargo, tampoco son un privilegio de pocos. Además de la emergencia de un mercado paralelo de usados, que volverá algo más accesibles a las mascotas, la gente ahorra durante meses para comprarlos.

3.1 El afecto mediado por TD: soledad- atención, intimidad y ámbito privado

Aunque, como hemos mostrado, existe una diversidad de historias, en varias de las que ocupan gran parte del libro, las relaciones que buscan establecerse vía kentukis son principalmente afectivas.

El contexto que parecería abrirles la puerta es el de una sociedad propia del capitalismo actual o, cuanto menos, de una sociedad en proceso de transformación. No hay familias tipo completas ni numerosas rodeando a los personajes, sino padres divorciados, hijos con alguna figura parental ausente o, inversamente, madres sin sus hijos, tíos sin sus sobrinos, etc. En más de una oportunidad, esta ausencia es producto de una actividad laboral radicada lejos de la familia, en esta sociedad que parece tomar nota de la internacionalización de las relaciones laborales. Así, los personajes transcurren gran parte de su cotidianeidad en soledad -física-.

Sin embargo, y probablemente vinculado a este contexto de emergencia, las relaciones afectivas que buscan ser realizadas a través de los kentukis poseen solo algunas de las características que nos invitan a forjar hoy las más extendidas redes sociales o, más genéricamente, el capitalismo informacional como totalidad. En lo sustancial poseen, o intentar imitar, las características propias de las relaciones no mediadas y del capitalismo industrial.

En primer lugar, estas relaciones no tienen nada de “líquidas” ni de efímeras (Bauman, 2015). Las hay de amor romántico, de “cuidado maternal”, de compañía, etc. y de una intensidad (medida en tiempo y atención) tal⁶ que, incluso, llega a crearse un cementerio para kentukis. Tampoco son relaciones múltiples, sino entre dos. De hecho, para sortear los problemas de lenguaje, el kentuki cuenta con un traductor automático que, una vez identificado, sólo se ocupa de traducir al amo, dejando incomprensibles las conversaciones que lo rodean. En este sentido, la llamada extimidad, la espectacularización del yo (Sibila, 2008) o la búsqueda de reconocimiento de uno a muchos que puedan otorgar los “me gustas” o “los seguidores” no tienen lugar en estas relaciones

⁶ Quizás sea por esta misma razón que no se hace mención a la posibilidad de instalar el controlador del kentuki en el teléfono móvil, dispositivo a través del cual el vínculo podría ser de alta disponibilidad, pero no de atención focalizada.

mediadas por tecnologías. Finalmente, son relaciones que intentan ser preservadas en el ámbito privado.

Con esta propuesta, la novela problematiza, aunque no necesariamente clausura, dos cuestiones que suelen ser objeto de discusión respecto de las relaciones mediadas por TD extendidas en la actualidad.

Por un lado, el lugar que ocupan estas relaciones en la construcción de significado e identidad en las sociedades actuales, en comparación con las no mediadas, locales, primarias, etc. Mientras que, por ejemplo, para autores como Castells (1997), la identidad se estructura hoy en una suerte de esquizofrenia estructural entre lo local y lo global, el yo y la red; la novela parece sugerir que lo que existe en la sociedad de los kentukis es un reemplazo de lo local, de las identidades primarias, a manos de la red. En efecto, el *increscendo* en la comunicación y la intensidad de las relaciones vía kentukis correrá en paralelo a la disminución de la atención a los -pocos- vínculos primarios de los personajes. Las relaciones mediadas por TD consumen un tiempo y atención que son finitos. De este modo, no complementan, sino que compiten con las relaciones “del mundo real”, contribuyendo a desplazar las relaciones afectivas del mundo no digital. Se plantea, así, la paradoja de que la tecnología podría reforzar aquellas mismas problemáticas que, en *Kentukis*, nos mueven a utilizarla: esta sociedad, en la que la soledad es una constante, busca los vínculos primarios perdidos en el mundo no digital a través de las TD y, junto con ello, termina por dilapidar los pocos que aún lo habitan.

Vinculado a ello, el otro aspecto que problematiza, sino denuncia, es el carácter de “artificialidad” del afecto cuando se encuentra mediado por TD. Los personajes se preguntan, una y otra vez, por qué sufren, por qué aman, por qué se preocupan por aquello que “en verdad no existe”. Esta cuestión no sólo emerge en palabras de los personajes. Una tonalidad gris y textura metálica recorre el escrito. Los kentukis son peluches, cuestión que los asociaría a la ternura, a la afectividad, pero constantemente emiten ruidos metálicos. Sus colores, por lo demás, son exageradamente estridentes (fucsias con pintitas blancas, turquesas con lunares violetas vivos, etc.). Estos elementos sugieren la presencia de un afecto artificial.

Así, en la sociedad de los kentukis se lamenta, al menos en parte, la pérdida de aquellos lazos sociales no mediados y particularmente de los vínculos primarios intensos, tan característicos del capitalismo industrial.

3.2 El rol de la mirada en las relaciones mediadas por TD

Ahora bien, como mencionamos, otras aristas de estas relaciones tienen características que se encuentran muy presentes en las relaciones mediadas por TD típicas de algunas redes sociales que hoy frecuentamos. Sobre ellas la novela propondrá algunas preguntas. Una de estas características es la preponderancia de la mirada y su rol en estas relaciones.

En primer lugar, en lo que podría ser una referencia a Erich Fromm, la narración parece trazar, o mejor dicho, someter a discusión, una distinción en los roles del amo y el ser. Se trata en definitiva del intento de separación analítica de aquello que en las redes sociales hace un mismo usuario en diferentes momentos, cuando “publica” y cuando “mira”. El amo “mendiga la mirada”, quiere “tener” la mirada de un otrx a disposición, busca su reconocimiento. El “ser” mira, participa con la mirada de la vida del otro, vive la vida del otro a través de la mirada, y esa es “la condición más intensa” en esta relación. La novela invita al lector, a preguntarse, así, qué busca, qué lo motiva, cuando está de uno y otro lado. Si tomamos en cuenta el contexto solitario descrito más arriba y la posible referencia al autor mencionado, *Kentukis* podría estar sugiriendo –y esto es solamente una hipótesis o posible lectura- una crítica a la sociedad actual en la que los sujetos, representados esta vez en los amos, buscan suplir las falencias del “ser” con el “tener” (Fromm, 1977; 2007).

En segundo lugar, emerge la pregunta por el deber ser de la mirada. ¿Qué aspectos de la vida no deberían ser mirados o expuestos a la mirada? ¿Es inofensiva la mirada? Desde la perspectiva de los poseedores de kentukis, naturalmente, emergerá la problemática vinculada a los usos no deseados de la información que la mirada provea. Pero desde la perspectiva de los controladores de kentukis también se mostrará lo dañina que puede ser una imagen en sí misma, por ejemplo, para un niño.

Finalmente, se destaca una breve historia que logra poner con crudeza sobre la mesa cómo, en esta sociedad de ojos abiertos, no solo no todo es objeto de

mirada, sino que algunas cosas, incluso, no quieren ser miradas [Alerta spoiler en la nota al pie]⁷.

3.3 Conocimiento, comunicación y poder: el anonimato en las relaciones mediadas por TD

Una de las aristas más relevantes que recorre a las historias es la temática del poder vinculado al conocimiento, tópico muy abordado y actual en las ciencias sociales (véase, por ejemplo, Foucault, 1992, 2006; Castells, 2009). En general, en varias historias se revela el poder que tiene un sujeto sobre otro a partir de las asimetrías del acceso a la información de diverso tipo, sobre todo, cuando -recurriendo a otras tecnologías- puede registrarla y utilizarla para diversos fines. También se le da lugar al problema inverso: cuando un sujeto, aun con buenas intenciones, juzga y toma decisiones sobre otro en base a información que se presenta como incompleta. Teniendo en cuenta lo que sugerimos en la primera sección, todo ello parece exceder por momentos a las particularidades que asume la información cuando se digitaliza y registra, poniendo el foco, más genéricamente, en el poder del conocimiento y, sobre todo, en lo que los sujetos hacen con el conocimiento que tienen a disposición. En este sentido, la novela se limita al plano de los sujetos particulares, sin preocuparse por instituciones, corporaciones o gobiernos.

La mayor preocupación, sin embargo, gira en torno a una forma de conocimiento particular y vinculado directamente a las tecnologías digitales: el de la identidad de los conectados. Como hemos mostrado, este conocimiento es asimétrico. El controlador del dispositivo que, a este respecto, podemos asociar a cualquier navegante de la web en sus orígenes, -digamos sintéticamente- puede mentir o directamente no comunicarse. Nada habrá que el usuario pueda hacer para acceder a información sobre su identidad. El usuario, por su parte, aunque puede administrar cierta información y limitar el acceso al conocimiento del dispositivo, brindará al menos una serie de datos autenticantes con el solo hecho de exponerse a la mirada. La novela ofrece, así, con detalle la descripción del proceso de autenticación en la web y las diferencias que lo separan de aquel que ocurre en las relaciones no mediadas (Lessig, 2009), jugando con la pregunta de quién es el verdadero usuario en esta relación.

⁷ Menos de un cuarto de hora se mantienen encendidos, antes de arrojarse a un precipicio, dos dispositivos que fueron adquiridos en un hogar de ancianos para entretener a sus hospedados. No sabemos quién está detrás de los controladores y eso es lo interesante: sea quien sea, nadie quiere mirar a la vejez.

Ahora bien, a través de algún personaje se partirá de la premisa de que ser anónimo en las redes es “una condición a la que ya es casi imposible aspirar” (pp. 108). La pregunta que nos hace *Kentukis*, entonces, es: ¿Es esto algo deseado o indeseado? La respuesta no es concluyente. Se trata, en cambio, de mostrar las bondades y los riesgos que el anonimato trae aparejado.

Por un lado, el anonimato aparece como aquello que nos otorga “la máxima libertad posible como usuarios” (pp. 108). Nos permite ser auténticos. Más aún, un Club de Liberación de kentukis será fundado para que ya nadie pueda ser sometido a los caprichos de lxs amxs. Parecería, en ese sentido, que hemos perdido un valor deseado, estando hoy sometidos a un control de potencia global (Boyle, 1997; Deleuze, 2006). Sin embargo, la otra cara de la moneda está, primero, en la necesidad de responsabilización de los actos de estos “nuevos ciudadanos anónimos” ante hechos que juzgamos incorrectos. Segundo, en la posibilidad de generar daño a otrxs justamente por desconocer su identidad.

En este sentido, lo que en la novela aparece como la “comunicación” entre seres y amxs (y que más genéricamente podría pensarse como el acceso democrático a la información) se muestra como una herramienta fundamental para transformar las relaciones sociales. El conocimiento y la información pueden transformar a un conejito tierno en un “viejo verde” y pueden, más ampliamente, transformar relaciones asimétricas en relaciones entre pares.

3.4 El negocio de los kentukis y la regulación capitalista

Una última temática que emerge en repetidas ocasiones es la de las regulaciones que rodean a las TD. Por un lado, aparece ligada, como mencionamos hace un momento, a la responsabilización por los actos de los kentukis: ¿deberían tener derechos y obligaciones los kentukis? Sin embargo, cuando más se hace mención a las regulaciones es al abordar la historia de aquel sujeto que vende conexiones usadas. Aquí la novela toma nota de la importancia de las regulaciones internacionales. Toma nota también de que, aunque tardías, las primeras regulaciones que llegan son las que se vinculan con el carácter mercantil de las tecnologías.

En efecto, un buen hombre croata, apremiado por su situación económica, hijo de padre jubilado a quien tiene a cargo, decide incursionar en un negocio de conexiones: compra *tablets* y conexiones, las transita durante un tiempo, apunta

algunas características de lxs amxs y escenarios en que pasean sus kentukis y las comercializa usadas a quien quiera evitar tantas sorpresas. En ese contexto, el croata festeja y se sorprende a la vez de que aún no haya entrado en vigencia alguna normativa internacional que prohíba su negocio.

Sin embargo, el verdadero negocio no está tematizado: ¿Quién crea y vende a los kentukis? ¿Su negocio se agota en la venta del artefacto? ¿Qué pasa con todos los datos e imágenes producidos por los usuarios, amxs y seres? ¿Qué regulaciones recaen sobre los mismos? (Boutang, 1999; Zuckerfeld, 2008, 2010). ¿Quién tiene acceso a las interacciones entre amos y kentukis? ¿Y qué lugar ocupan estas en el negocio de los kentukis? (Petersen, 2008; Andrejevic, 2009; Fuchs, 2010; Briziarelli, 2014) ¿Qué poder económico y social puede tener sobre los sujetos una empresa como la que comercializa los kentukis? (Resichl, 2008)

Los negocios, tanto el del croata como los de aquellos que mencionamos en segundo plano (el del taxista o el vagabundo), remiten a pequeños espacios mercantiles que nos recuerdan mucho más al menudeo de la piratería por usuarios ignotos o al de un pequeño comerciante que vende sus productos vía Facebook que a Mark Zuckerberg. El principal negocio, el de los kentukis, y las regulaciones que le competen, no es tematizado.

Llegamos al final de esta reseña. Naturalmente, las líneas mencionadas son solo algunas de las que atraviesan a *Kentukis*. Otras tantas nos habrán quedado en el tintero. Aun así, hay al menos tres cuestiones centrales que podemos concluir.

La primera es que, en este imaginario, las tecnologías digitales tienen un fuerte rol afectivo en las sociedades actuales. En ese sentido, abren una diversidad de posibilidades que conllevan inevitablemente al cuestionamiento de las relaciones que en el capitalismo industrial se encontraban estabilizadas y naturalizadas (los vínculos primarios, las relaciones duraderas, fundadas en la intimidad, etc.). En segundo lugar, la sociedad de kentukis se encuentra, respecto de las TD, en ese exacto momento, en el del cuestionamiento, el de las preguntas. Entre lo que muere y lo que nace, no se ofrecen elementos firmes para denostar o enarbolar los valores de una y otra era. Lo que está claro es que se encuentran en proceso de transformación.

Finalmente, aun siendo las tecnologías digitales parte nodal de la trama de *Kentukis*, las preocupaciones están fundamentalmente orientadas a problematizar la forma en que nos relacionamos con ella, dejando poco espacio a las preguntas

por el cómo y el quién de su construcción, diseño y posible transformación. Ahora podemos reformular, para concluir, algo que intencionalmente mencionamos de otro modo al comienzo: los protagonistas de la novela no son los kentukis, sino los seres humanos. Recurriendo a la imagen de tapa, *Kentukis* parece decirnos: si nos sacamos la careta de kentuki, detrás, estamos nosotrxs.

Referencias

- Andrejevic, M. (2009). Exploiting YouTube: Contradictions of user-generated labor. En *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden.
- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. México D.F.: Fondo de cultura económica.
- Boyle, J. (1997). Foucault in cyberspace: Surveillance, sovereignty, and hardwired censors. *U. Cin. L. Rev.*, 66, 177.
- Boutang, Y. M. (2004) Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo. En VV.AA. *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual, y creación colectiva* (pp.107-120). Madrid: Traficantes de sueños.
- Briziarelli, M. (2014) The Dialectics of Voluntariat 2.0: Producing Neoliberal Subjectivity through Facebook. Special Issue “Free And Unpaid Work: Gratuity, Collaborative Activity And Precariousness”. *Sociologia del Lavoro* n°133, pp.133-144. DOI: 10.3280/SL2014-133009
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol I: La sociedad red*. Madrid: Alianza editorial.
- _____ (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Deleuze, G. (2006). Post-scriptum sobre las sociedades de control. *Polis. Revista Latinoamericana*, (13).
- Feenberg, A. (1991). *Critical Theory of Technology*. New York: Oxford University Press.
- Fuchs, C. (2010) Labour in Informational Capitalism. En *The Information Society European Journal of Social Theory* 26(3), 179–196. DOI: 10.1080/01972241003712215

- Foucault, M. (1992) *Las redes del poder*. Buenos Aires: Almagesto.
- _____ (2006) *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fromm, E. (1977). *El miedo a la libertad*. Buenos Aires: Paidós
- _____. (2007) *El arte de amar*. Buenos Aires: Planeta.
- Lessig, L. (2009) *El código 2.0*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Petersen, S. (2008) Loser Generated Content: From Participation to Exploitation. *First Monday*, 13 (3).
- Reischl, G. (2008). *El engaño Google: una potencia mundial incontrolada en Internet*. Barcelona: Medialive Content.
- Sibilia, P. (2008). *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.
- Zukerfeld, M. (2008). El rol de la propiedad intelectual en la transición hacia el capitalismo cognitivo. *Argumentos. Revista de crítica social*, (9).
- _____ (2010). *Capitalismo y conocimiento. Materialismo cognitivo, propiedad intelectual y capitalismo informacional* (Tesis de Doctorado, FLACSO Argentina). Disponible en <https://capitalismoyconocimiento.wordpress.com>.

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.

ES CONDICIÓN NECESARIA QUE EN TOTAL (título, autores, resumen, palabras clave, mini bio y aclaraciones del artículo) NO SE SUPEREN LOS 3000 CARACTERES CON ESPACIOS.

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).

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.

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

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.

- 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.). *Tecnologías digitales de información y comunicación*. (35-77). Buenos Aires: Miño y Dávila-Universidad Nacional de General Sarmiento.

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:

Instrucciones para autores

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>

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. Trabajo informacional, trabajo inmaterial, digital labour, trabajo mediado por plataformas (gig labour), automatización y prosumerización. La tensión entre el ocio y la explotación (playbour).
- *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.

- *Tendencias emergentes.* Inteligencia artificial, big data, criptomonedas, usos montarios y no monetarios de blockchain, impactos económicos, sociológicos, estéticos y filosóficos.
- *Deseo y subjetividad.* Construcción social del deseo, el placer y el goce en entornos digitales. Las aplicaciones de citas (love apps). El consumismo romántico en el capitalismo cognitivo. La mercantilización de los afectos y las alternativas.

Contacto y envío de artículos

editor@revistahipertextos.org

Web

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

Facebook

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