



Universitat
de les Illes Balears

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

LOS DATOS COMO MERCANCÍA: EL ENFOQUE DE LA TEORÍA CRÍTICA DEL VALOR

Fernando López Guillén

Máster Universitario en filosofía

(Especialidad/Itinerario en filosofía práctica)

Centro de Estudios de Postgrado

Año Académico 2021-22

LOS DATOS COMO MERCANCÍA: EL ENFOQUE DE LA TEORÍA CRÍTICA DEL VALOR

Fernando López Guillén

Trabajo de Fin de Máster

Centro de Estudios de Postgrado

Universidad de las Illes Balears

Año Académico 2021-22

Palabras clave del trabajo:

Crítica del valor, capitalismo de plataformas, acumulación, big data, mercancía.

Nombre Tutor/Tutora del Trabajo Joaquín Valdivieso Navarro

Índice

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. ECONOMÍA DIGITAL COMO NUEVO CAMINO DE ACUMULACIÓN.....	2
2.1. La visión del capitalismo bajo la teoría crítica.	5
2.2. Acumulación por desposesión en la época digital.	8
2.3. La visión del capitalismo desde la teoría crítica del valor.	11
III. ¿EXPROPIACIÓN DEL TRABAJO? SOBRE LA FORMA MERCANCÍA DE LOS DATOS.	14
3.1 ¿Qué es el trabajo?.....	15
3.2 ¿Trabajo socialmente necesario de los datos?	17
3.2 Entre el capital y el trabajo: el debate en torno a la acumulación de datos.	20
IV. ¿QUÉ EXTRAEN? ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	24
4.1 La conexión con el <i>big data</i>	25
4.2 Datos y excedente conductual.....	30
4.3 Contractualismo de los datos.	34
V. PLATAFORMAS COMO POSIBILITADORAS DE LOS DATOS.....	37
5.1 Definición y tipología de plataformas.	38
5.2 Las plataformas como exposición de la crisis.	40
5.3 Reconocimiento y plataformas.	42
VI. CONCLUSIÓN.....	45
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	48

I. INTRODUCCIÓN.

Este trabajo busca analizar, en el marco de la Teoría Crítica del valor, las prácticas de las plataformas online dentro de la economía digital, encuadradas en el modelo capitalista post crisis del 2008. Para ello, analizaremos las condiciones de posibilidad de la mercantilización de los datos (privados y públicos) en las plataformas digitales. Haciendo uso de una crítica basada en los conceptos desarrollados por Marx en sus obras de madurez, a través de diferentes autores actuales, intentaremos demostrar la especificidad de considerar “mercancía” a los datos provenientes de las plataformas digitales. Del mismo modo, mostraremos cómo esto trastocaría las cadenas de valor al incluir una generación de valor sin relación directa con el trabajo, generando consecuencias macroestructurales, por la necesidad de tecnificación creciente en las manufacturas, y problemáticas en la cohesión social del mercado laboral y la expropiación de la información personal, al fundar una parcela, cada vez más creciente, de la economía capitalista sobre esta mercancía.

II. ECONOMÍA DIGITAL COMO NUEVO CAMINO DE ACUMULACIÓN.

El actual modelo global del capitalismo se encuentra en nueva fase auspiciado por el desarrollo tecnológico. En esta nueva fase, comentada y descrita por multitud de autores de maneras diversas, concentra gran peso de las relaciones productivas, de circulación y de servicios, a través de la red. Este factor ha propiciado un desplazamiento y una incardinación de las praxis en línea en el sistema productivo global.

Al mismo tiempo, la globalización ha supuesto la posibilidad de un tapiz global donde las relaciones de consumo se resuelven de manera transnacional y donde la demanda de servicios, productos y medios de comunicación se convierten en pieza fundamental de las economías de los países occidentales.

Según datos de la U.N. (UNCTAD, 2021.) en su informe de 2021, en 2018 la estimación global del mercado de las tecnologías movió 350.000 millones de dólares. Esta realidad se multiplica de manera exponencial hacia el 2025 proyectándose hasta los 3,2 billones de dólares.

Teniendo de fondo esta tendencia en los datos macroeconómicos de la economía global, se ha recogido una serie de términos que buscan dar cuenta de este giro hacia la economía digital: *sharing economy*, *gig economy*, “cuarta revolución industrial” o “sector *big tech*” entre otros. Con “economía digital” entendemos aquellas empresas o actividades productivas que dependen, de una manera creciente, de las tecnologías de la información, los datos e internet como infraestructura técnica para sus modelos de negocio (Cf. Srnicek, 2018: 9-12).

Autores como Nick Srnicek plantean este modelo de economía dentro de un marco más amplio (Cf. Srnicek, 2018: 12). Srnicek da cuenta de la economía digital como un modelo que atraviesa sectores clásicos, hasta ahora fuera del ámbito puramente tecnológico, como el sector manufacturero, servicios, transportes, etc. El autor sitúa este sector como “el más dinámico de la economía contemporánea” y centra la mirada en su influencia hacia el resto de los sectores como guía en un contexto estancado. Al mismo tiempo coloca la economía digital como un nuevo eje de legitimación de las prácticas capitalistas a nivel global, volviéndose hegemónicas las propiedades de las tecnología: ubicuidad, flexibilidad, deslocalización, etc.

En este mismo sentido ya se expresaban Hardt y Negri, desde su análisis de finales del siglo XX en *Imperio*. Los autores situaban el fin de la modernidad y el inicio del proceso

de posmodernización o de informatización desde los años 70 en EE. UU., siendo sus primeros síntomas la migración desde el sector industrial al sector servicios (Cf. Hardt & Negri, 2005: 308- 309). Al mismo tiempo, y basándose en los estudios de Castells y Aoyama, trazaban una diferenciación entre dos posibles modelos de economía dentro de la informatización creciente: un “modelo de economía de servicios” y un “modelo infoindustrial”.

Hoy en día, ambos modelos se encuentran colonizados por la misma infraestructura digital. El modelo de economía de servicios digital ha colonizado cierta parte del, hasta ahora, clásico tercer sector. Esta colonización ha venido precedida por la etiqueta de “economía colaborativa” (Morozov, 2018: 27). Bajo ella se encuentran toda una serie de prácticas que han variado los patrones de empleo, las regulaciones y las bases de la competencia capitalista, virando hacia un modelo desregulado y precarizado.

De la misma forma, el sector industrial se encuentra atravesado por las prácticas maximalistas de la economía digital. La búsqueda de beneficios y el ajuste de la producción, ya desde la misma distribución mediante la tecnología RFID de indexación del *stockage* (Srnicsek, 2018: 63), ha venido cambiando la forma clásica de producción en una búsqueda de reducción de costes laborales, de energía y de mantenimiento.

Estos ejemplos son solo una parte del proceso de creación de una serie de ecosistemas digitales: las *plataformas*. Estas se están convirtiendo en intermediarias tecnológicas que ofrecen soluciones socio- técnicas y comerciales dentro de sectores más amplios de la producción y la comercialización (Hill, 2021: 3).

Aunque algunas de estas soluciones tecnológicas se planteen como una salida a la actual coyuntura ecológica de los recursos, la existencia de un “límite externo” (Jappe, 2011:105) en el crecimiento del capitalismo en forma de sustrato material ecológico de la producción; junto con la experiencia adquirida tras el derrumbe de la burbuja de las puntocom entre 1997 y 2001; el movimiento de las cadenas de valor en forma de inversión de fondos en un panorama de bajos réditos al capital tras la crisis del 2008; generaron un caldo de cultivo propicio para la búsqueda de rédito mediante la explotación de una nueva cantera: los *datos*.

Los datos son la fuente principal de información y recursos de las plataformas. Siguiendo a Srnicsek podemos distinguir entre datos y conocimiento, “los datos pueden implicar conocimiento, pero no es una condición necesaria” (Srnicsek, 2018: 41). Los datos nos ofrecen una información sobre algo que ha sucedido, un registro. Sin embargo, actualmente, la tecnología y los avances en IA de las diferentes plataformas se han

encaminado a hacer de ellos conocimiento: con ellos buscan explicar el por qué, mediante el acaparamiento de estos a gran escala para aportar tendencias, correlaciones o conexiones a nivel global de la elección racional, el consumo o la información. En el siglo XXI, la tecnología ha perfeccionado y abaratado su recopilación y análisis, abriendo un nuevo campo donde la inversión, la creación de caladeros cerrados, el comercio de los datos y el desarrollo de *big data* se convierten en un eje de negocio que atraviesa, de manera creciente, amplios sectores: desde la producción al consumo pasando por las relaciones interpersonales, el modelaje del deseo, la información o la conducta.

El objetivo de este trabajo es cuestionar hasta dónde llega el alcance de este nuevo recurso como materia prima. Cómo y a través de qué son extraídos, cuestionarnos la legitimidad de su recopilación y extracción. Analizar su carácter específico como materia prima de la que se proveen las plataformas mediante su expropiación a los usuarios y el comercio de los datos en forma de mercancía inmaterial.

Para ello trataremos, primeramente, desde la Teoría crítica, la visión actual de diferentes autores de la fase actual del capitalismo. Al mismo tiempo, cuestionaremos la posibilidad de considerar el mercado actual de los datos como un nuevo proceso de acumulación del capitalismo. En esta sección abordaremos fundamentalmente la crítica de Nancy Fraser y Rahel Jaeggi junto con el trabajo de Moishe Postone como pilares fundamentales desde los que tratar la economía digital dentro de las condiciones de fondo del neoliberalismo. Al mismo tiempo, sirviéndonos del trabajo de David Harvey, trataremos cómo podríamos pensar la “acumulación” dentro de este nuevo sector digital.

Posteriormente, cuestionaremos desde la teoría crítica del valor, siguiendo las categorías de Marx, cómo estos datos pueden ser considerados mercancía y ser sometidos a los procesos de valorización y su relación con el trabajo. Aquí nos serviremos de las conceptualizaciones de la crítica del valor de Robert Kurz y Moishe Postone para rastrear aquellas teorizaciones que puedan llevarnos a la conceptualización de los datos como mercancía. Al mismo tiempo, mencionaremos las diferentes lecturas que se han realizado de los datos en el intento de trazar una crítica funcional de las relaciones de expropiación que establecen las tecnológicas.

Asimismo, trataremos también qué son los datos en sí mismos, cómo la información personal es tratada como “valor de cambio” entre compañías y como estos generan un círculo de co-creación constante. Para ello rastrearemos la posición de la academia en torno a las diferentes conceptualizaciones de los datos. De la misma forma, nos serviremos de la lectura de Shoshana Zuboff para rastrear cómo ha sido posible el uso de los datos

como insumo valioso para la tecnológicas, así como los problemas contractuales que se derivan de su utilización.

Finalmente, trataremos qué plataformas emplean estos datos y cuál es el uso que desarrollan, cuáles son las tipologías de plataformas en la actualidad y como existe una relación estrecha entre la inmaterialidad de la relaciones del capital, a través de la deuda, con la nueva fase de intercambio inmaterial y cómo ello se mueve hacia una nueva crisis basada en las cadenas de valor.

Nuestro trabajo, por tanto, rastrear cuales podrían ser las condiciones de posibilidad para entender el uso de los datos como mercancía desde las que las plataformas obtienen valor y permiten el ciclo de reproducción del capital. De la misma forma, también busca preguntarse por las condiciones de posibilidad que han llevado a la posibilidad de desplegar la economía digital, mediada por las nuevas compañías ampradas bajo la etiqueta de plataformas, como un nuevo sector dinámico dentro de la economía global que acapara la praxis humana y su incardinación como herramienta imprescindible en lo que llevamos de siglo.

2.1. La visión del capitalismo bajo la teoría crítica.

Para una descripción de la actual fase del capitalismo recurriremos a la última obra de Nancy Fraser en colaboración Rahel Jaeggi, donde reflexionan sobre una conceptualización del capitalismo partiendo de las concepciones clásicas de ambas como: “orden social institucionalizado” y “forma de vida” (Fraser & Jaeggi, 2019: 2) respectivamente.

En la descripción que ofrece Fraser del capitalismo como “orden social institucionalizado” recurre a cuatro divisiones estructurales como categorías básicas para su caracterización:

«(...) la separación institucional entre la producción económica y la reproducción social, (...) la separación institucional entre la economía y la política, (...) la división ontológica entre su fondo (no- humano) natural y su (aparentemente no-natural) fondo humano, (...) la división institucionalizada entre explotación y expropiación.» (Fraser & Jaeggi, 2019: 60)

Para el objeto de este trabajo nos interesa, en primer lugar, la separación entre la “producción económica” y “reproducción social”. La producción económica es analizada

de forma ortodoxa a través del mercado en relación con la forma mercancía. Para Fraser, siguiendo a Marx, la forma mercancía constituye el punto de partida para una teorización del capitalismo (Cf. Fraser & Jaeggi, 2019: 22).

En este sentido Fraser pone el inciso no tanto en la economía política burguesa del mercado de valores, sino yendo a la raíz de la producción mediante el trabajo. La autora hace referencia a la “no-compensación” (Fraser & Jaeggi, 2019:22), a la expansión del capital a través de los mercados mediante la infra remuneración del tiempo de trabajo.

De la misma forma, Fraser expone una necesidad funcional del capitalismo de depender de recursos no mercantilizados. La autora expone, a través del concepto de Immanuel Wallerstein, cómo existe un principio sistémico en el capitalismo que requiere para su funcionamiento de la “semiproletarización” (Fraser & Jaeggi, 2019: 24). Esto es, la necesidad de existencia de una serie de arreglos que puedan permitir la subsistencia del trabajo en condiciones de infra remuneración y que, a su vez, queden fuera del de la mercantilización, generando una serie de “zonas grises informales” de donde extraer valor de cara a la reproducción social.

Esta situación, según la autora, se ha incentivado de manera sustancial durante el neoliberalismo, generando una “imbricación funcional” donde la mercantilización necesita de espacios fuera de sí mismo para su reproducción. Al mismo tiempo, esta situación ha de ser sostenida en el tiempo con el aporte de nuevas “zonas grises” constantes, ya que la totalización de la mercantilización supondría una autodestabilización al poner en peligro las propias condiciones de posibilidad del mercado (Cf. Fraser & Jaeggi, 2019: 26).

Los conceptos de “no-compensación” y la “imbricación funcional” de espacios sin mercantilizar expuestos por Fraser, creemos que pueden ser un primer paso para el análisis funcional de los mecanismos de apropiación de los datos por medio de las plataformas. Sostenemos que existe un paralelismo en cuanto a la extracción de manera no explícita (que trataremos posteriormente) y la utilización por parte de las empresas tecnológicas de la experiencia humana como materia prima desde la que poder generar conocimiento, que a su vez, se traduce en datos de comportamiento (Cf. Zuboff, 2020: 21). La posibilidad, por tanto, de una “imbricación funcional” entre los usuarios de las plataformas y las características de su reproducción puede dar lugar a la coordinación de dos espacios *online-offline* donde las plataformas requieren de un espacio de reproducción social, de infraestructura social de los usuarios-suministradores, desde donde extraen los datos que alimentan la cadena de valor de la que sustentan sus

tecnologías. Al mismo tiempo, la necesidad de una “no-compensación” monetaria (más allá de la cultura del *freemium* que trataremos posteriormente) por la propiedad coaptada formaría parte de la estrategia de mercado de estas plataformas.

Esta imbricación conectaría con otro de los factores sobre el que las autoras sitúan su división funcional del capitalismo, consistente en la institucionalización de la “explotación” y la “expropiación” (Cf. Fraser & Jaeggi, 2019: 47) . Fraser, siguiendo el camino abierto por Marx en el tratamiento de la “acumulación primitiva”, observa una conexión íntima entre ambos conceptos. Define la explotación como la transferencia de valor al capital, la cual viene caracterizada por un espejismo de libertad y no coacción como actividad contractual libre. Por otro lado, la expropiación vendría a incidir en una retórica de confiscación, los cuales pueden ser bienes, fuerza de trabajo o cualquier insumo necesario para el capital.

Estos términos tendrían una expresión política y económica. Desde el trabajo que nos ocupa, nos interesa centrarnos en la cuestión económica de los mismos. Para Fraser la explotación se trata de que “el capital paga al trabajador en forma de salario los costes de reproducción socialmente necesarios, al tiempo que se apropia de la plusvalía que el trabajo del obrero genera” (Fraser & Jaeggi, 2019: 48). Si salvamos la distancia, nosotros observamos que existe una similitud en el actual tratamiento de la información personal por parte de las plataformas. Si bien estas no ofrecen una remuneración por su uso, sí que ofrecen una serie de servicios de manera supuestamente gratuita por los que los usuarios hacen uso de las plataformas en cuestión. Sin embargo, estas se apropian del conocimiento generado por su uso, que en muchos casos excedería las condiciones de uso establecidas, dado que se genera un mercado alternativo mediante la publicidad segmentada, el pago por colocación de productos, ideas, o información. En una operación contractual libre, la información quedaría expuesta y los acuerdos de licencia se convertirían en acuerdos contractuales limpios donde el excedente de su venta y desarrollo en productos posteriores compensaría con creces el tratamiento de los usuarios (Cf. Zuboff, 2020: 463) .

Este tratamiento de explotación por parte de los suministradores de servicios digitales acercaría las prácticas al concepto de expropiación, como pura sustracción, como confiscación en el sentido expuesto por Fraser.

Fraser señala que ambos conceptos aparecen unidos en su definición estructural del capitalismo como “aspectos tupidamente entretejidos de un solo sistema capitalista mundial” (Fraser & Jaeggi, 2019: 53). Desde el plano político, la diferencia entre ambos

conceptos estriba en la diferencia de consideración entre la ciudadanía y los “otros”, que en su caracterización se enlaza con cuestiones de etnia, raza y reconocimiento (Cf. Fraser & Jaeggi, 2019: 50-51). Siendo necesario el sometimiento de unos “otros” expropiados para la explotación de una ciudadanía libre.

Sin embargo, en el desarrollo de la economía digital que tratamos, observamos que ambos conceptos se dan de manera unívoca en todos los procesos de compraventa de las plataformas. Siguiendo a Carissa Véliz en una somera exposición del ansia depredadora de datos de las diferentes compañías (Cf. Véliz, 2021: 17-36) observamos cómo para el desarrollo de productos y aplicaciones informáticas que explotan la productividad del trabajo de la ciudadanía, es necesario, de la misma forma, que esta misma ciudadanía antes se convierta en el “otro”, en el agente expropiado de su propia información personal. De esta manera se genera un círculo de retroalimentación donde los mismos usuarios son a la vez explotados por las circunstancias de mercado que generan las plataformas; al tiempo que son expropiados de su propio contenido en forma de registro de datos. Sadowski lo explica como un bucle de retroalimentación: “muchos sistemas de control dependen de la recopilación de datos y, a su vez, esos sistemas de control permiten que se generen más datos” (Sadowski, 2019:4) Como señala Srnicek, en este sentido las plataformas realizan un doble movimiento sobre los usuarios y como el terreno donde realizan sus actividades (Cf. Srnicek, 2018:46).

2.2. Acumulación por desposesión en la época digital.

Sobre la caracterización de Fraser y Jaeggi de la expropiación y la explotación, las autoras se cuestionan la similitud de estos procesos con la descripción que realizaba Marx de la “acumulación primitiva”.

Fraser señala que existe una diferencia clave en el método de apropiación sobre la acumulación desde Marx hasta la actualidad, esta viene marcada por la violencia explícita con la que se ejecutó la “acumulación primitiva” de capital sobre otros momentos de expropiación (Cf. Fraser & Jaeggi, 2019: 50). Fraser señala la necesidad de acumulación constante que el capitalismo requiere para no someterse a sus propias contradicciones internas, siendo dependiente de constantes expropiaciones. La autora sitúa su análisis en línea con lo expuesto por David Harvey en *El nuevo imperialismo* como una “desposesión” disfrazada de una relación contractual equilibrada.

De la misma forma, Shohana Zuboff en *La era del capitalismo de la vigilancia* plantea su análisis del capitalismo digital partiendo de la premisa de que “el capitalismo de la vigilancia tiene su origen en ese acto de *desposesión digital* (...)” (Zuboff, 2020: 141) y sigue la estela propuesta por Harvey en el movimiento de desposesión, aunque no profundiza sobre cómo esta es posible.

En el capítulo cuarto de la obra de David Harvey se plantea, partiendo como base de la obra de Rosa Luxemburg, cómo la autora polaca expone la tendencia a la crisis del capitalismo desde el subconsumo. Para paliar el exceso de producción, la falta de salida de las mercancías por la infra remuneración del trabajo, la solución pasaría por la necesidad del sistema de depender de sociedades no capitalistas para dar salida a la producción (Cf. Harvey, 2003: 111-112).

Harvey traslada esta idea de Luxemburg hacia un contexto actual. Él señala la teoría de la sobreacumulación como una explicación más plausible en el contexto actual (Cf. Harvey, 2003: 113). Harvey expone cómo, actualmente, la solución que encuentra el capitalismo pasa por la absorción de *inputs*, insumos desde donde extraer valor, cada vez más baratos. Al mismo tiempo, en contra de la posición de Luxemburg, parte de la solución vendría de la mano de incluir cada vez más territorios al desarrollo capitalista donde poder mercantilizar tales *inputs*, siendo estos territorios dependientes de las condiciones de mercado capitalista.

Del mismo modo, Harvey ve la necesidad de actualizar la teoría de la “acumulación primitiva” en Marx. Tomando la dialéctica “exterior-interior” como punto de partida, él señala que existe un proceso de reproducción ampliada del capital en condiciones de no violencia, pero que de la misma forma, las prácticas depredadoras siguen incorporando al capital procesos variados de pauperización creciente. Por lo tanto:

«Dado que no parece muy adecuado llamar “primitivo” u “original” a un proceso que se halla vigente y se está desarrollando en la actualidad, en lo que sigue sustituiré estos términos por el concepto de “acumulación por desposesión”» (Harvey, 2003: 116).

Harvey en su exposición de la “desposesión” señala el problema de la sobreacumulación, siguiendo a Marx, como base de este proceso. Existe sobreacumulación de capital cuando los excedentes que genera el capital permanecen sin reinvertir en nuevas actividades productivas o no se reincorporan al proceso de producción. Del mismo modo, la posibilidad de la acumulación por desposesión se basa

en la disposición de activos (trabajo, materias primas, tierra, etc.) con un coste muy bajo o en algunos caso nulo (Cf. Harvey, 2003: 119). De esta forma, el capital que se ha sobre acumulado a expensas de trabajo o de una coyuntura favorable, encuentra una salida óptima mediante la creación de un nuevo mercado, la privatización de uno existente o la devaluación de los gastos productivos. Así pues, Harvey entiende esta acumulación como “(...) el coste necesario de un avance exitoso hacia el desarrollo capitalista con el fuerte respaldo de los poderes estatales.” (Cf. Harvey, 2003: 122).

Para el análisis de la economía digital y el mercado de las plataformas, el concepto de “acumulación por desposesión” de Harvey puede aportar luz al proceso de gestación en términos macroeconómicos.

A la luz de las circunstancias post crisis del 2008, las políticas económicas de los Estados quedaron mermadas de autonomía real y las inversiones de altos réditos (para las empresas que habían capeado el temporal) quedaron en un período de latencia hasta la aparición de una nueva baza para las inversiones, generando una sobreacumulación de capital en el sentido expuesto por Harvey.

Este primer acto en la acumulación por desposesión, el acto de la sobreacumulación, en palabras de Srnicek:

«(...) la evasión fiscal y el acopio de efectivo dejaron a las empresas estadounidenses – en particular las empresas de tecnología- con una gran cantidad de dinero para invertir. Este exceso de ahorro corporativos se combinó -tanto directa como indirectamente- con una política monetaria laxa para fortalecer la búsqueda de inversiones más riesgosas para conseguir un retorno decente.» (Srnicek, 2018:35)

Tras la crisis, empresas como Google, que ya antes vieron este proceso replicado con el estallido de la burbuja puntocom, habían aportado un modelo de negocio real que aportaba rédito a los inversores, apostando por un motor de búsqueda que se basaba en la indexación de resultados replicando el modelo de citas académicas. La solución vino de mano de la publicidad segmentada y los *productos predictivos* (Cf. Zuboff, 2020: 136), en un ciclo que abarcó hasta la crisis del 2008. Cuando la crisis impactó en amplios sectores de la economía, las empresas tecnológicas pudieron paliar el golpe. A la luz de la facilidad para capearlo, otras empresas recurrieron a la misma fuente que había hecho a empresas como Google y Facebook resistentes a los embates coyunturales: los datos, los activos desde los que nutrir las dinámicas de sus actividades. Estos datos registrados por las plataformas se convierten en la base de la desposesión personal de los usuarios y,

a su vez, son el proceso por el cual las compañías crean sistemas cerrados donde esta acumulación se hace más intensa.

En este sentido, Zuboff también plantea que el capitalismo informacional también ha gestado un giro hacia una nueva lógica de acumulación, esta vendría conformada por sus propios mecanismos, sus lógicas de desarrollo y sus mercados (Cf. Zuboff, 2020: 28). Estos mercados juegan con un elemento clave que es la alta rentabilidad de los datos personales que resultan de nuestra actividad online (Cf. Véliz, 2021: 39). Aunque no únicamente es el único camino. Morozov, siguiendo a su vez el camino de desposesión planteado por Harvey, señala que la tecnología ha dado una vuelta de tuerca más a la desposesión de recursos de subsistencia, como servicios del tercer sector, *rentings*, etc., aportando soluciones tecnológicas que únicamente redistribuyen los recursos existentes cooptando la propiedad de estos o influyendo en mercados tradicionales, como pueden ser *Uber*, *Cabify*, *Just Eat*, etc (Cf. Morozov, 2018: 35).

2.3. La visión del capitalismo desde la teoría crítica del valor.

Para el objeto de este trabajo nos interesa conocer la visión de los ejes constitutivos del capitalismo a través de la corriente de pensamiento marxista denominada *Wertabspaltungskritik*. Esta corriente mueve el núcleo de interpretación del marxismo clásico hacia una consciencia del “valor” como actividad y categoría histórica propia dentro del capitalismo. Al mismo tiempo, para el objeto de este trabajo, nos interesa su visión del trabajo como actividad históricamente inmanente dentro del capitalismo; negando la concepción del marxismo tradicional del trabajo como actividad transhistórica.

La crítica del capitalismo expuesta por esta corriente enlaza con la concepción de “crítica funcionalista” que exponen Jaeggi y Fraser (Cf. Fraser & Jaeggi, 2019: 129-131). Ambas conciben esta crítica como una conexión entre las disfunciones internas del sistema económico capitalista junto con la conexión con otras esferas. La pregunta rectora por el buen funcionamiento se enmarca como pregunta amplia que no atraviesa únicamente las bases de la infraestructura económica del sistema sino que enlaza con lo que Fraser denomina las “tres “D”: la división, la dependencia y la denegación” (Fraser & Jaeggi, 2019: 168).

Estas tres “D” en Fraser pasan por la “división”: donde no existían en anteriores formaciones sociales entre la economía y la política o entre la sociedad humana y la

naturaleza. A su vez, por la “dependencia”: la necesidad de que exista una imbricación con factores fuera del ámbito económico como la política, los *inputs* de diversa clase o la reproducción de la vida. Finalmente, esta dependencia es sistémicamente negada, de ahí la denegación. Esta dependencia del sistema de una serie de condiciones de imbricación como condiciones “de fondo” es negado por el propio sistema económico y como señala Fraser, el golpe de gracia viene de la denegación de estos espacios como suministradores de valor, tildándolos de “no económicos”. Allí encontraríamos la contradicción funcional, ya que “las economías capitalistas extraen constantemente valor de esos ámbitos a la vez que niegan que esos ámbitos tengan ningún valor” (Fraser & Jaeggi, 2019: 168). De esta forma, encontraríamos una tendencia a la crisis, ya que su estructura se encuentra asentada en una desestabilización de sus propias condiciones de posibilidad.

Esta contradicción es la que hace caracterizar la división y la denegación como un “(...) artefacto histórico del capitalismo, no un estado natural” (Fraser & Jaeggi, 2019: 40). En esta misma línea, Moishe Postone, dentro de la Teoría Crítica del valor, caracteriza el capitalismo “en términos de una interdependencia social de carácter impersonal y aparentemente objetivo, históricamente específica.” (Postone, 2006: 44). Esta interdependencia social en Postone está ligada al carácter social del trabajo. El trabajo como base de la extracción de valor ha sido cooptado u expropiado en diversas fases del capitalismo y es tematizado en Postone de una manera concreta, históricamente específica en la relación con la categoría de trabajo, tematizado de una manera concreta en el desarrollo del capitalismo.

Estas zonas desde donde extraer valor que exponen Fraser y Jaeggi se encuentran tematizadas por un trabajo cooptado, y es este conflicto es el que es tematizado de abstracto por la crítica. Anselm Jappe lo caracteriza, del mismo modo, asumiendo que “En una sociedad de mercado capitalista, la reproducción social se organiza alrededor del intercambio de cantidades de trabajo, y no alrededor de la satisfacción de las necesidades y los deseos” (Jappe, 2019: 20).

Para la Teoría Crítica del valor, en la exposición de Postone, el resultado de estas imbricaciones supone un modo de dominación social impersonal y abstracto que necesita ser desvelado por establecerse múltiples relaciones con el trabajo, muchas de ellas no de carácter manifiesto y contractual (Cf. Postone, 2006: 44). Esta característica de no manifestación es la que en este trabajo asentamos que ofrece un nuevo giro en la economía digital. Para ello asumimos, siguiendo a Postone, que la crítica del trabajo ha de ser históricamente específica, por las nuevas dependencias que el sistema económico genera

en sus desplazamiento e innovaciones a lo largo de la historia. Actualmente, este último viraje hacia la expropiación de los datos y su transformación en mercancía valorizable es la que sometemos a crítica en este trabajo.

Así, en contra de otros momentos históricos en donde la extracción de valor venía anclada por la trascendencia de las relaciones sociales sobre fundamentos y estructuras de poder en fundamentos que apelaban a la religión, la familia o el vasallaje; actualmente, siguiendo a Robert Kurz: “(...) solo *aparece* a través de las relaciones sociales y las cosas reales (mercancías y dinero), mientras que la esencia del “valor” como abstracción ya no puede ser en absoluto inmediata y por lo tanto se vuelve evasiva” (Kurz, 2021: 52).

Así, Postone señala que el trabajo, siguiendo una lectura concreta del trabajo de Marx:

«el trabajo en el capitalismo no es sólo trabajo, tal y como solemos entenderlo, en términos transhistóricos y de sentido común, sino que es, además, una actividad de mediación social históricamente específica. Sus productos – mercancía y capital- son, por tanto, al mismo tiempo, resultado del trabajo concreto y formas objetivadas de mediación social» (Postone, 2007: 39)

Sin embargo, la apropiación de los datos de los usuarios nos convierte, en palabras de Zuboff, nos traslada, desde la posición de sujetos de la creación de valor a la de objetos de una mera sustracción (Cf. Zuboff, 2020: 133).

En el siguiente capítulo cuestionaremos la consideración de la mercancía de los datos como trabajo expropiado. Sobre la definición clásica de trabajo en Marx, veremos si existe posibilidad de trasladarla al contexto que nos ocupa. Si podemos asumir que el tiempo que hacemos servir las plataformas puede considerarse “socialmente necesario” para su consideración de trabajo y si así lo consideramos, cómo la mercancía podría abrir el campo hacia una nueva consideración del trabajo digital.

III. ¿EXPROPIACIÓN DEL TRABAJO? SOBRE LA FORMA MERCANCÍA DE LOS DATOS.

Examinar qué son los datos como mercancía será la primera tarea que acometeremos en esta sección. Siguiendo a Marx en el prólogo de su obra magna: “Para la sociedad burguesa la *forma de mercancía*, adoptada por el producto del trabajo, o la *forma de valor* de la mercancía, es la *forma celular económica*” (Marx, 2017: 44). Hoy, en el desarrollo del capitalismo contemporáneo, las mercancías poseen una variedad de formas y materialidades, las cuales se caracterizan dentro de la “economía digital” por una sustancia no física. Multitud de servicios, plataformas o relaciones del medio digital entran dentro de las relaciones mercantiles siendo mercancías no físicas, sin el sentido clásico que entendemos por estas.

Siguiendo el análisis de Marx (Cf. Marx, 2017: 121- 123), observamos que en cuanto “valor de uso”, nada hay de especial en ellas, ya que únicamente satisfacen las necesidades humanas, bien sea por su carácter intrínseco o bien sea por ser productos de un trabajo humano que las moldea para ser usadas. Sin embargo, en cuanto “valor” (valor de cambio) las mercancías poseen una caracterización más opaca, se transforman en “cosa sensorialmente suprasensible”.

Esta fenomenología negativa es la que Robert Kurz caracteriza como la “sustancialidad negativa de la relación de valor” (Kurz, 2021: 44), ya que impide la crítica de la forma social del vínculo. Esto remite a la dificultad para poder realizar una crítica sustancial más allá de las críticas parciales fenoménicas expresadas a través del poder, los salarios, las relaciones de producción, etc. Debida a esta bivalencia intrínseca a las mercancías es necesario asir su intercambio en un elemento objetivo que permita proveer del “sustrato común” (Jappe, 2016: 33). Esto nos lleva a la categoría de “trabajo”

Marx enuncia el carácter de la relación entre trabajo y mercancía como un carácter enigmático que viene determinado por la “igual objetividad de los productos del trabajo” (Marx, 2017: 123) que para su consideración como trabajo, buscando una crítica funcionalista en el sentido expresado en el capítulo anterior, debemos atender a su consideración como trabajo en sí. Así, para la consideración de los datos como mercancía conviene retrotraernos a la caracterización del trabajo mediante su formulación a través

del gasto fisiológico de energía humana, la duración de tal gasto y el tiempo que requiere, cuestionándonos la posibilidad de que las relaciones y las praxis individuales en red puedan ser consideradas de tal forma. El hecho de portar en el seno de la mercancía el valor de cambio produce que se expliciten en el capitalismo las contradicciones que existen en el valor y el trabajo, siendo, por tanto este último, materialidad de una contradicción.

3.1 ¿Qué es el trabajo?

La caracterización del trabajo y las mercancías encuentra en el capitalismo una configuración determinada. Esta configuración pasa por situar ambas categorías dentro de la dualidad y los conflictos que el capitalismo porta en su seno. En este sentido, Moishe Postone nos previene acerca del carácter históricamente inmanente de las categorías mediante las cuales Marx analiza la economía política. Así, alejándose de las concepciones del marxismo clásico, (la Teoría crítica del valor) reivindica la necesidad de considerarlas de una manera históricamente específica.

Postone señala que, en el desarrollo de esta crítica inmanente, la exposición que Marx realiza de las mercancías se “encuentra caracterizada por una dualidad históricamente específica que se encuentra en el núcleo del sistema social: el valor de uso y el valor, trabajo concreto y trabajo abstracto”(Postone, 2006: 201).

Sin embargo, en *El capital*, pareciera que Marx no expone esta posición sostenida por Postone:

«Como creador de valores de uso, *como trabajo útil*, pues, el trabajo es, independientemente de todas las formaciones sociales, condición de la existencia humana, necesidad natural y eterna de mediar el metabolismo que se da entre el hombre y la naturaleza, y, por consiguiente, de mediar en la vida humana» (Marx, 2017: 91)

Aquí Marx realiza un inciso fundamental en el análisis que nos ocupa, *trabajo útil*. Es este punto el que parecería conectar el trabajo como categoría transhistórica, la necesidad de una *praxis* técnica sobre la naturaleza para poder cubrir necesidades concretas. No obstante, a su vez, esta es la condición de posibilidad de la crítica inmanente de la que nos habla Postone. En el capitalismo este *trabajo útil* está velado por la dualidad del valor y, por tanto, por la dualidad del trabajo que se valoriza. Al mismo tiempo, caracterizar el

valor como la forma general de riqueza en el capitalismo produce un tipo único de interdependencia social entre los agentes productores al no consumir aquello que producen, sino únicamente intercambiando valor en sus diferentes formas (Cf. Postone, 2006: 212).

Así, Marx sitúa el trabajo como forma social dual que fundamenta las mercancías. La producción de valores de uso, por tanto, se sostendría por la actividad intencional que transforma la materia siguiendo modos determinados de producción, que Marx denomina “trabajo concreto” o “trabajo útil”. Sin embargo, lo que permite el intercambio y sienta las bases de la reproducción del capital, es el “trabajo abstracto” como fuente de valor.

Este trabajo como fuente de valor es la que Marx denomina la abstracción de sus características útiles, todo aquello que posee una utilidad es precisamente el factor determinante que caracteriza su valor, independientemente de la forma fenoménica que la sustenta, ya sea una mesa, una casa o, en nuestro caso, la multitud de formas que sustentan la *praxis online* de los usuarios-productores. Así, la reducción se abstrae de sus propiedades para quedarse únicamente con la indiferencia de su cualidad:

«Con el carácter útil de los productos del trabajo se desvanece el carácter útil de los trabajos representados en ellos, y por ende, se desvanecen también las diversas formas concretas de esos trabajos; estos dejan de distinguirse, reduciéndose en su totalidad a trabajo humano indiferenciado, a trabajo abstractamente humano» (Marx, 2017: 86)

Debido a la preminencia del polo cuantitativo de las mercancías, el trabajo abstracto se despliega como unidad comparable de la cantidad de trabajo necesaria para producir el valor. Llegando, por tanto, a la caracterización de Marx del valor de la mercancía como “gelatina de trabajo indiferenciado” (Marx, 2017: 86). Esta gelatina no tiene en cuenta la “forma en la que se gastó la misma”, de tal modo que, siguiendo a Jappe, el trabajo en la sociedad capitalista queda entendido como “el gasto autorreferencial de la simple fuerza de trabajo sin consideración de su contenido” (Jappe, 2011: 56).

El lugar de la crítica viene determinado, a la luz de la abstracción del trabajo como fuente de valor, como el análisis de las categorías propias explicitadas por Marx en el sentido de que estructuran las dimensiones sociales, económicas, culturales de la vida en sociedad (Cf. Postone, 2006: 61). Y, al mismo tiempo, preconfiguran los futuros despliegues y los avances en materia tecnológica o social siendo la abstracción de la

praxis humana la posibilitadora de la subsunción por parte del sistema económico de todo aquello que posea una utilidad intrínseca como fuente de valor.

La abstracción del trabajo, por tanto, queda determinada como la principal ligazón de la reproducción del capital, y por ende, del movimiento global de las cadenas de valor. La actividad que desarrollamos *online* (bien portada como sujetos que realizan una *praxis*, en este caso digital; o bien como conocimiento de las actividades), que en la caracterización inmanente de las categorías de la economía política hemos visto que no se encuentra centrada por la utilidad del trabajo concreto sino por su abstracción, sostenemos que según el análisis expuesto, los datos podrían incardinarse como una nueva abstracción desde la que extraer valor. Por tanto, la consideración de la actividad online como abstracción, como “trabajo abstracto” caracteriza suficientemente y daría cuenta del ciclo de reproducción del capital, así como de la expropiación del trabajo que caracterizamos en la sección anterior, base de todo el desarrollo económico de la denominada “economía digital”.

3.2 ¿Trabajo socialmente necesario de los datos?

Teniendo en cuenta lo anterior, aún no podríamos considerar, con las herramientas expuestas, como trabajo nuestras actividades digitales. Otro de los polos que es necesario analizar para la consideración de la praxis digital como trabajo es la consideración sobre el tiempo. En cuanto a su situación en la obra de Marx, se encuentra tematizado de manera muy concreta mediante la categoría de “tiempo socialmente necesario”.

Para materializar el trabajo objetivado en las mercancías es necesario recurrir a una magnitud que pueda dar cuenta de la diferencia cualitativa del trabajo. Así, mediante otra abstracción se recurre a una cantidad que es “sustancia generadora de valor” (Marx, 2017: 86) que se medirá mediante un patrón de medida temporal. La fuerza de trabajo, por tanto, se convierte en indistinta, solo dependiente del conjunto y en función del promedio social de los medios de producción requeridos para producir un valor de uso. Así, el valor de una mercancía es el valor de cualquier otra, solo atendiendo a la medida del tiempo necesario para producirla pues “en cuanto valores, todas las mercancías son, únicamente, determinada medida de tiempo de *trabajo solidificado*” (Marx, 2017: 88).

Esta característica del tiempo de trabajo es la que Postone señala como la “dimensión automediadora de las mercancías” (Cf. Postone, 2006: 260-262). Dado que las mercancías producidas poseen en su seno una similitud cualitativa, en función de la

cantidad de trabajo de la que son receptoras, se genera la posibilidad de conmensurabilidad entre ellas; y al mismo tiempo, reconcilian entre sí la diferencia cuantitativa: ya que cada una necesitará de mayor o menor tiempo de trabajo. Así, el trabajo se convierte en una mediación social general, siendo el tiempo de trabajo la medida del valor: siendo social y necesario.

Este análisis le permite a Postone asentar cómo el trabajo social desplegado en el capitalismo se convierte en *objeto* de dominación y explotación por la mediación de las mercancías y, al mismo tiempo, se convierte en el *territorio* donde se ejerce la dominación y la base de la mediación social del valor:

«El modo impersonal, abstracto y “objetivo” de dominación característico del capitalismo está en relación intrínseca con la dominación de los individuos *por* su trabajo social»
(Postone, 2006: 186)

Esta lectura que ofrece Postone es especialmente interesante en el tema que nos ocupa, ya que los patrones de absorción de datos por parte de las plataformas se mueven en un contexto donde las mercancías que ofrecen (servicios, productos, etc.) actúan como mediación en el proceso de extracción de datos.

Del mismo modo, este modo abstracto de dominación le permite a Postone hacer una lectura donde la dominación de clases no es el territorio fundamental donde se ejerce. En última instancia dependería de este modo de dominación supraordenado y abstracto por la mediación social de la producción de valor (Cf. Postone, 2006: 187). Esta lectura pensamos que, trasladada al actual desarrollo del tardocapitalismo, respondería a la coyuntura específica de las relaciones neoliberales actuales y a la imposibilidad de articular una crítica normativa que abarque campos de acción que pasen por las asociaciones clásicas entre consumidores. Ya que, en la economía digital, se desdibujan los campos clásicos de producción y consumo, ofreciendo una ambigüedad en sus usos que ocultan los circuitos de producción de datos.

Esta mediación social ha alcanzado una socialización a nivel global mediante la infraestructura red. Internet y las prácticas que en red se realizan han estado a salvo de la mercantilización durante gran parte de su desarrollo. No obstante, actualmente, la red ha pasado de ser una infraestructura desde la que se realizaba una mediación social, a ser una herramienta donde la colonización de espacios para la obtención de réditos ha sido central en su despliegue e inversión por parte de multitud de empresas que han visto una

oportunidad de mercado en la deslocalización y la inmediatez de la red como infraestructura desde la que ofrecer sus servicios.

A su vez, en las últimas dos décadas, aquellas empresas con suficiente capital intelectual y de inversión han detectado cómo extraer valor por partida doble: mediante la colocación de servicios y productos; y mediante la extracción y aprovechamiento de los datos de aquellos que emplean sus servicios (aunque como veremos posteriormente, a veces no sea necesario usar servicio alguno). En cuanto a la discusión que nos ocupa, la distinción respecto del tiempo de trabajo socialmente necesario para la consideración de la actividad online como trabajo, en función del punto anterior y teniendo en cuenta los movimientos explícitos de venta y asesoramientos a terceros de las plataformas que los extraen y acumulan, podemos asentar que se valorizan como mercancías en el mercado. Esta mercancía-datos posee un valor de uso explícito como integradora del llamado *Deep learning* en la configuración de I.A. Del mismo modo, estos datos poseen un valor de uso en el sentido de que las propias plataformas los reincluyen en su ciclo de reaprovisionamiento (como base desde la que ofrecer mejoras o posteriores servicios), pudiendo ofrecer desde productos, recomendaciones o personalización basados en las experiencias previas de otros usuarios.

Así pues, ambas aplicaciones (solo un ejemplo de las praxis posibles sobre los datos) se pueden considerar por su “valor de uso” y, al mismo tiempo, como “valor de cambio” en cuanto grandes cúmulos de datos que comercializar. Esta dualidad de valor se asienta sobre el tiempo de navegación, uso o recopilación de las praxis que los usuarios-productores desarrollan en las diferentes plataformas. Sus actividades online, por tanto, pueden ser conceptualizadas bajo la consideración de un tiempo necesario para su producción. Por tanto, la categoría de “tiempo socialmente necesario” respondería suficiente a la necesidad de las mismas plataformas para obtener los datos. Así pues, la extracción de datos que generan puede ser suficientemente aprehendidas mediante la categoría de “trabajo” atendiendo a la generación de mercancías que producen y a los ciclos de mercantilización y explotación que posteriormente reproducen.

Para aclarar la relación con el gasto de tiempo es interesante la postura que sostiene Postone en torno a la riqueza social (Cf. Postone, 2006: 219). Esta se configura sobre la dualidad del trabajo objetivado en las mercancías. El valor de uso y su correlato como trabajo útil vendrían a configurar una sociedad donde su reproducción social, siendo el objetivo de la producción, buscaría la “riqueza material” en cuanto objetivo final, y como forma final de riqueza social implica la realización de clases abiertas de relaciones

sociales. Sin embargo, en el capitalismo esta riqueza material queda relegada, siendo el verdadero objetivo de la producción de mercancías el desarrollo de la “riqueza” sin más, el valor. Esta entendida como la preminencia del valor (valor de cambio) como objetivación del trabajo abstracto y siendo un tipo de relación social automediadora y objetivada.

Si trasladamos este análisis al mundo digital, podemos encontrar comparaciones válidas de esta diferencia de objetivos. Si tomamos, por ejemplo, proyectos como los movimientos *Wiki*, siendo su máximo exponente *Wikipedia*, observamos como el objetivo de estas plataformas entrarían dentro de la categoría de “riqueza material”. Aunque el conocimiento y su reproducción no sean de fines materiales, su interés se encuentra centrado en la expansión del conocimiento sin ánimo mercantilista, ofreciendo una normatividad que pasa por la colaboración, la libre asociación de ideas y la ausencia de mercantilización de sus contenidos (al mismo tiempo ofreciendo una política abierta en cuanto al seguimiento online, *cookies* e indexación de referencias).

Por el contrario, plataformas como Facebook se moverían dentro del objetivo de la mediación social denominada por Postone “valor” sin más. Ya que el despliegue de la plataforma está concebido como sistema cerrado donde los anunciantes (siendo esto un amplio abanico que abarca desde empresas hasta partidos políticos) buscan rentabilizar su inversión. Esto, a su vez, se traduce en un seguimiento y recopilación por parte de la plataforma sobre el patrón de búsqueda, temáticas, preferencias, etc. (Cf. Véliz, 2021:27) donde incluso su influencia se ejerce fuera de su ecosistema mediante la aceptación por parte de terceros de la colocación de los botones “me gusta” (o del mismo modo, la barra de búsqueda Google incrustada (Cf. Zuboff, 2020:183) en multitud de webs ajenas bajo la prebenda de optimización y mayor visualización. Así la mera riqueza en el sentido expuesto por Postone, la socialización mediante el valor se convierte en fin de las plataformas y, a la vez, en el territorio en donde se resuelven las relaciones sociales.

3.2 Entre el capital y el trabajo: el debate en torno a la acumulación de datos.

No obstante, existe una amplia discusión acerca del estatus ontológico de los datos en relación con la consideración del papel que juegan en la reproducción de la economía digital. En esta sección abordaremos dos de las críticas más fuertes a la consideración ontológica de los datos como trabajo.

Nick Srnicek en su obra *Capitalismo de plataformas* parte de la consideración de que los procesos de producción digitales se enmarcarían en la inmaterialidad de los productos del trabajo (Cf. Srnicek, 2018: 40-42), lo cual le lleva a asentar que el trabajo bascula hacia un nuevo modelo inmaterial: donde contenidos culturales, conocimientos y servicios, son la punta de lanza de lo que está por venir a la hora de extraer valor. Esta postura le lleva a asentar en una entrevista,¹ la problemática de pensar el “trabajo gratis”. Srnicek considera que: “Tanto teórica como políticamente creo que la idea de los datos personales como trabajo gratis es incorrecta” (Srnicek, 2018: 122). Debido, principalmente, a lo que él considera una mala interpretación de la producción de valor en la producción capitalista; y políticamente, por la desembocadura hacia un proyecto que pasaría por salarios pagados por las plataformas. Por tanto, esto le lleva a considerar la alternativa de presentar los datos como una “materia prima”. Sostiene que no se produce propiamente valor de los datos individuales sino, únicamente, cuando estos son tratados como grandes conjuntos (*Big data*). Por tanto, únicamente aquellas con grandes cantidades de datos heterogéneos pueden producir realmente valor de ellos. La plataformas, por tanto, serían una especie de “parásitos” que buscan la obtención de beneficios a través de la aplicación de los datos a nuevos sectores productivos (Cf. Srnicek, 2018: 123).

No obstante, la consideración de los datos como “materia prima” implica la concepción de estos como algo plenamente disponible para que la racionalidad técnica la incorpore dentro de procesos productivos significativos. Marx lo expone diciendo: “La materia prima puede constituir la sustancia primordial de un producto o entrar *tan solo* como *material auxiliar* en su composición” (Marx, 2017: 243). Sin embargo, la supuesta materia prima solo es alcanzada por las plataformas una vez que la praxis humana ha entrado en síntesis con ellas. Al mismo tiempo, por su naturaleza (que trataremos en el capítulo siguiente) no constituyen un medio inocuo; sino que los datos egresan del contacto y de la socialización que se desarrolla online por medio de las plataformas. Así, aunque, siguiendo a Marx, “El mismo producto puede servir de medio de trabajo y materia prima en un mismo proceso de producción” (Marx, 2017: 244); en el caso concreto de los datos, esta lectura enmascara su misma producción. Envuelve sobre un velo meramente productivista una relación de expropiación inherente del tiempo dedicado por los usuarios-productores en el contexto que despliegan las plataformas. Al mismo

¹ Dentro del ciclo de reflexión *Working dead. Escenarios del postrabajo* desarrollado por la Virreina, Barcelona y editado en el libro: *Working Dead*.

tiempo, desde la óptica política la salida no es alguna suerte de ingreso mínimo a practicar por las tecnológicas (frente a lo que sí se ha pronunciado favorablemente Morozov (2018: 133-141), que sería seguir el camino de los salarios. No obstante, también se ha planteado la posibilidad de desarrollar una política de protección de datos fuerte, que a su vez iría acompañada de grandes *data centers* de carácter público (Cf. Morozov, 2015) en donde las poblaciones tienen pleno dominio de qué hacer con sus datos.

Una opinión parecida es sostenida por Jonathan Sadowski, joven autor australiano que ha dedicado gran parte de su producción al estudio de la consideración ontológica y política de los datos. Sadowski parte de la consideración de los datos como una forma de capital (Cf. Sadowski, 2019: 2). Él busca complementar la concepción clásica de los datos como mercancía, ya que los datos no se encuentran sin más, es necesaria una infraestructura técnica que realmente los “produce” (Cf. Sadowski, 2019: 3). Recurre a la exposición de Marx, mediante las fórmulas de reproducción del capital para llegar a la consideración de que los datos entrarían dentro de la categoría de materias primas debido a su consideración de estos como “capital constante”; por otro lado, dependiendo de su fuente, serían considerados como mercancías producidas por el trabajo digital de los usuarios. Estos dos análisis le llevan a asentar, siguiendo a Bourdieu, que ambas tesis pueden ser conciliadas a través de su consideración como un tipo especial de capital, similar al capital social y cultural, ya que puede existir extracción de valor de ellos pero esta condición no es indispensable para su generación o recolección dado que “Puede que nunca se den las condiciones necesarias para convertir el capital de datos en capital económico, pero eso no detiene el ciclo de acumulación”² (Sadowski, 2019: 5).

Sin embargo, la consideración como capital quedaría incluida dentro de la crítica sobre la distribución, no iría al fondo del proceso, la producción de esos datos. En primer lugar, la síntesis con la naturaleza humana y física da lugar a dos mercancías principales, base de la circulación de capital: los medios de producción y la fuerza de trabajo. En la combinación de ambos se producen mercancías que agrandan la reproducción del capital que expone Sadowski siguiendo a Marx. Pero es que, siguiendo a Harvey, “La reproducción de capital se convierte en una espiral sin fin de acumulación infinitamente expansiva en el espacio y el tiempo” (Harvey, 2021: 6) esto produce que en el circuito de expansión de capital el valor adquiera múltiples formas si solo atendemos al polo de la distribución. No obstante, si atendemos a la producción, al generador de datos se le niega

² Original: «The conditions needed to convert data capital into economic capital may never arrive, but that does not stop the cycle of accumulation».

el acceso a la forma mercantil de los mismos, por tanto, el acceso a ese supuesto capital ya nace cooptado. Por tanto, entender los datos como una suerte de capital social implica obviar las condiciones de su creación y, al mismo tiempo, implica la peligrosa situación de sustraer el valor generado (aunque supongamos que a veces no sea usado como sostiene Sadowski; postura ciertamente ingenua en la mayoría de los casos) por los usuarios dando lugar a un plusvalor que puede ser reinvertido hacia nuevas formas de automatización del trabajo, serrando la rama sobre la que se sostiene.

IV. ¿QUÉ EXTRAEN? ANÁLISIS DE LOS DATOS.

Al final del primer capítulo de *El capital*, Marx hace un ejercicio de ventriloquía con las mercancías. Se plantea qué dirían estas sobre su relación con los hombres, para llegar a la conclusión de que a ellas lo único que les concierne “*en cuanto cosas es nuestro valor*” (Marx, 2017: 134). Acaba concluyendo que al hombre, en su relación con las mercancías, realmente solo le importa su utilidad, su valor de uso, y para ello no es necesario ningún intercambio; sin embargo, para el valor el intercambio es su *telos*.

En esta sección nos preguntaremos qué es aquello necesario para realizar el intercambio, de qué se componen los datos para poder extraer valor de ellos en su conjunto y qué límites éticos implica la extracción de estos. Para ello analizaremos las múltiples acepciones que toman los datos en la llamada economía digital. Así como los diferentes matices en torno a ellos que los autores recogen en sus consideraciones acerca de sus contenidos y aplicaciones dentro de los circuitos de producción de valor de la economía digital.

Shoshana Zuboff plantea su definición a través de las palabras de Hal Varian (economista norteamericano experto en economía de la información que desde 2002 trabaja para Google como asesor y parte del *think tank* de la empresa). Lo que entendemos por macrodatos se trataría del análisis y la extracción de datos individuales en los procesos en red, lo cual llevaría a que:

«Los *datos* son la materia prima necesaria para los novedosos procesos de fabricación del capitalismo de vigilancia. La *extracción* describe las relaciones sociales y la infraestructura material con la que la empresa afirma su autoridad sobre esa materia prima a fin de conseguir economías de escala en sus operaciones de abastecimiento de dicha materia. El *análisis* hace referencia al complejo de sistemas computacionales altamente especializados a los que en estos capítulos aludiré en general por el nombre de *inteligencia de máquinas*» (Zuboff, 2020: 95)

En un sentido opuesto, y reforzando la idea anteriormente descrita de su fabricación, Sadowski plantea su definición partiendo de su abstracción (Cf. Sadowski, 2019: 2). Él pone el acento en el registro, como una versión informatizada de los eventos que ocurren

fuera de la red. Los presenta como un recurso natural libremente aprensible por las empresas.

David W. Hill, sin embargo, pone el acento en la circulación, en la contextualización como conocimiento en movimiento. Siguiendo la lectura de Lyotard, el conocimiento debe actualizarse a los canales en disposición para hacerse operativo (Cf. Hill, 2021: 4), en el caso de los datos: la hiperconectividad y el procesamiento en tiempo real. Al mismo tiempo, es necesaria su circulación para contextualizarse, las referencias al almacenamiento de datos no tendrían importancia real, ya que la extracción de valor de los mismo en cuanto conocimiento necesita de la operatividad: “Todo lo que no encaja se abandona, mientras que el conocimiento se convierte en una mercancía entregada al intercambio sin fricciones”.³ (Hill, 2021).

En este sentido abierto de conocimiento encontramos clarificadora la aportación de Rob Kitchin y Tracey P. Lauriault. Los autores plantean el debate ontológico sobre los datos en el sentido del sesgo epistémico inherente que poseen (Cf. Kitchin & Lauriault, 2014: 5) Siendo visiones oligópticas, en el sentido propuesto por Latour, son incapaces de conocer el conjunto, siendo pues, a través de herramientas parciales (los cúmulos de datos de una plataforma en particular); en lugar de ser un registro exacto. Por lo tanto, plantean una dicotomía en los datos: hablando de grandes cúmulos de datos (*big data*), por contraposición al registro de los datos “pequeños”, registros sin la movilidad inherente respecto de los grandes cúmulos.

Por tanto, debido a la hiperconectividad entre los datos, su característica como registro-conocimiento y el análisis que las plataformas obtienen para el desarrollo de las I.A., creemos conveniente comenzar analizando qué representan estas grandes conexiones de datos.

4.1 La conexión con el *big data*.

La característica intrínseca de los datos permite su vinculación. La categoría de *big data*, como sostienen Thatcher y otros investigadores, surge una vez que se ponen en contacto millones y miles de millones de datos individuales a través de algoritmos, y sostienen que se han convertido en un estándar desde el que se obtiene información, se

³ Original: «Whatever does not fit is abandoned, whilst knowledge becomes a commodity given over to frictionless Exchange.»

entiende y se ordena el mundo, ya sea en la ciencia, la empresa o la gestión de grandes urbes (Cf. Thatcher et al., 2016: 2-3).

Kitchin y Lauriault, como hemos comentado, ejemplifican la división entre conjuntos grandes y pequeños de datos a partir de la movilidad y la capacidad de conocer más en menos tiempo. Así como los “datos pequeños” podrían ser aquellos que ofrecen las clásicas encuestas o los datos censales (Cf. Kitchin & Lauriault, 2014: 2-3), los cuales carecerían de la velocidad necesaria para la creación de valor en una sociedad acelerada, por ser una foto fija entre instantes dinámicos; los “grandes datos” se caracterizan en categorías como el volumen, la velocidad o el tamaño. A su vez, presentan un gran alcance, tratando de incluir y poner en relación, mediante datos intermedios, grandes cúmulos aparentemente sin relación; al tiempo que permiten su flexibilidad y escalabilidad.

Así, hoy en día, según estudios realizados sobre un millón y medio de usuarios, bastan cuatro puntos de datos espaciotemporales para identificar a un 95% de los individuos (Cf. Véliz, 2021: 31), lo cual nos da una idea intuitiva del poder que ofrecen estos cúmulos para la actividad empresarial. Teniendo en cuenta la aceleración postpandemia en el salto hacia el teletrabajo y las prácticas online como un resorte más en la vida cotidiana, la base de la recopilación de datos se desplaza más allá de la mera recopilación de ellos hasta incardinarse en la obtención de conocimiento mediante su aprovechamiento en la mejora de toma de decisiones encaminadas a maximizar los beneficios y la eficiencia.

Estos grandes depósitos de datos han venido de la mano de la proliferación de las tecnologías en casi todos los ámbitos de la vida. Desde la aparición de los *smartphones* hasta la realidad del llamado *internet de las cosas*: la interconectividad de todos los aparatos disponibles en un hogar mediante su conectividad por wifi (con la subsiguiente centralización en una *IP* localizada que permite su rastreo y registro). Todo ello pasando por la gran variedad de *wearables*: la tecnología corporal que ofrece la mesiánica medida de todos los ámbitos de la vida mediante GPS (deporte, sueño, etc.). Del mismo modo, la percepción de los usuarios acerca de la tecnología y las redes sociales como algo placentero o como nuevas formas de comunicación basadas en una norma social inspirada en la transparencia. Por último, estos datos individuales serían muy poco aprovechables sin el recurso de su enlace con otros datos anteriores, con los datos de otros usuarios o con la ubicuidad de la interacción de un gran número de usuarios (Cf. Thatcher et al., 2016: 6). Estos factores han promovido el avance de las bases de datos permitiendo su aplicabilidad a múltiples campos: el desarrollo y los avances en bases de datos han dejado

atrás la utilización de tablas de consulta y la reducción en infraestructura de servidores gracias a los protocolos de bases basados en NoSQL:

«son sistemas de almacenamiento de información que no cumplen con el esquema entidad-relación. Tampoco utilizan una estructura de datos en forma de tabla donde se van almacenando los datos sino que para el almacenamiento hacen uso de otros formatos como clave-valor, mapeo de columnas o grafos». (Acens, n.d.: 2)

A partir de estas fuentes de datos, las diferentes empresas y plataformas que son usuarias de los grandes cúmulos emplean su conocimiento adquirido de maneras diversas, dependiendo de su nicho de mercado y sus aspiraciones tecnológicas de desarrollo. Sadowski plantea cinco ejes a través de los cuales se mueven gran parte del aprovechamiento actual de los cúmulos (Cf. Sadowski, 2019: 5-6); los cuales nos servirán para incorporar las aportaciones de otros autores en la discusión.

Una parte se dedicaría a trazar perfiles de usuario y poder dirigirse con mayor precisión hacia los usuarios potenciales de las plataformas. Este modelo de negocio está dirigido hacia diferentes productos. Estos se encuentran precedidos por la generación de UPI (*información de perfil de usuario* por sus siglas en inglés) que se nutren de: “los sitios web visitados, las psicografías, la actividad de navegación y la información sobre los anuncios que se le había mostrado con anterioridad, o que este había seleccionado, o cuya visualización le había inducido a comprar algo” (Zuboff, 2020: 115). Fruto de esta información encontraríamos, por un lado, la publicidad dirigida. Este negocio mueve alrededor de 17.500 millones de euros al año, según datos del 2018 (Cf. Véliz, 2021: 30). Por otro lado, la generación de expedientes y categorías con múltiples aplicaciones: desde las puntuaciones de riesgo financiero a la hora de adquirir hipotecas o evaluar los riesgos para suscribir un seguro; hasta las puntuaciones del sistema de crédito social chino que replica el sistema de solvencia económica para el control y la promoción o el castigo global de población mediante el modelaje conductual (Cf. Véliz, 2021: 70-71).

Otro eje se mueve a través de la optimización de sistemas. Los cúmulos de datos son empleados para la realización de mejoras en las líneas de producción o en la optimización del aprendizaje de máquinas. Así, los dispositivos que nos envuelven y facilitan nuestra vida, desde los hogares hasta la fábrica, permiten que se facilite el aprendizaje de los algoritmos generando una “mente colmena” que permite una acción colectiva para maximizar los rendimientos (Cf. Zuboff, 2020: 543-545). Asimismo, desde el

seguimiento de flotas de distribución o alquileres de vehículos mediante GPS para optimizar rutas; hasta las pulseras de actividad de Amazon para trabajadores, todos aportan al cúmulo de datos que se somete al aprendizaje mediante algoritmos de las IA.

A su vez, los datos permiten administrar y controlar. Las plataformas mediante sus sistemas cerrados permiten poder establecer un cerco sobre sus caladeros de datos. Ligan a usuarios y desarrolladores a los límites y a las condiciones impuestas, generando un nuevo tipo de monopolio. Ejemplos de ello lo podemos encontrar en los bloqueos de navegadores por buscadores concretos o los acuerdos de licencia de Google a través de su software “abierto” Android donde la generosidad de Google realmente encubre la puesta a disposición de los datos de usuarios mediante su atracción a sus servicios y la culturalización de ellos en su suite de productos, al facilitar a los desarrolladores de hardware y fabricantes de teléfonos móviles su tecnología de manera gratuita; debido a que su gran fuente de ingresos no es la venta de licencias sino el aprovisionamiento de los datos. Al mismo tiempo, al facilitar sus herramientas de desarrollo de manera gratuita a terceros diseñadores de aplicaciones, esto le permite aprovecharse de todo el conocimiento generado por el lanzamiento de nuevas funcionalidades, presionando aún más a los fabricantes para incluir sus licencias en el producto final con el que saldrán al mercado (Cf. Zuboff, 2020: 183-186). De una manera parecida, Srnicek plantea que esta tendencia al monopolio se encuentra en la base de las plataformas denominadas sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.). La preeminencia de estas hacia atraer y dominar sus mercados tiene su base en el denominado “efecto red” (Cf. Srnicek, 2018: 46-47): el mayor número de contactos cercanos en el establecimientos de relaciones de conexión online impele a los usuarios a moverse hacia plataformas que detentan el mayor número de usuarios; con los beneficios que de esto se sustrae.

Otro de los ejes en los que los grandes cúmulos de datos pueden hacerse productivos es en el modelamiento de probabilidades. Lo que autoras como Zuboff o Véliz presentan como algoritmos predictivos, no son más que grandes cúmulos de datos que debido a una gran heterogeneidad en los datos que poseen, permiten la generación de un mercado basado en la predicción. Una de las primeras aplicaciones exitosas, más allá de la publicidad dirigida, se desarrolló durante la primera candidatura de Barack Obama a la presidencia de EE. UU. en 2008 (Cf. Zuboff, 2020: 171-173), siendo replicada posteriormente de múltiples formas tanto en intereses políticos como de empresas privadas. En esta campaña se recopiló un gran volumen de datos a través de redes sociales de más de 250 millones de ciudadanos, con los que los equipos de campaña podían

observar como las tendencias se iban modificando en función de los temas candentes, los intereses o las políticas públicas deseadas. Esta información permitía proyectar a lo largo de la campaña unas predicciones que permitían modular o priorizar sectores de la población, territorios o etnias, en el despliegue de la campaña; demostrándose, a la postre, uno de los caminos más productivos de los datos.

Por último, siguiendo la clasificación de Sadowski, los cúmulos de datos se presentan como generadores de nuevas construcciones de infraestructuras digitales. Así, por ejemplo, el uso de volcar en los datos la disponibilidad de los aparcamientos de las urbes y el tránsito a través de las infraestructuras de transporte, permite la aparición de aplicaciones como Sidewalk (Cf. Zuboff, 2020: 312-313), que permite la gestión mediante IA de los servicios externalizados de los ayuntamientos, con la promesa de una mejor gestión basada en los datos. De la misma forma, empresas como *Uber* o *Just Eat* basan su modelo de negocio en un gran cúmulo de datos en tiempo real (de aquellos que han usado, usan o tienen instalada su aplicación) donde las ubicaciones coaptadas permiten la creación de mapas de calor de tránsito que permite la optimización o el servicio eficiente que ofrecen.

Todas estas aplicaciones del *big data* denotan, siguiendo la línea del capítulo anterior, una estructura alienada de la reproducción social mediada a través de la tecnología. Si pensamos en la alienación como un comportamiento cosificado que induce a cadenas de acción ciegas que se muestran externas a la praxis humana; la estructura alienada de volcar la praxis humana de reproducción social sobre el ámbito digital de manera creciente, presenta la constitución de cadenas de acción y de extracción de valor que se manifiestan ajenas al conocimiento del grueso de los usuarios-productores y, al mismo tiempo, presenta una mediación de un “proceso de metabolismo social”, en el sentido que lo plantea Marx, basado en la extracción de beneficios de la vida misma. Donde, del mismo modo, el fetichismo de la mercancía se media a través de los dispositivos tecnológicos y del uso y el volcado de la praxis humana al campo digital.

Así, los usos de los grandes cúmulos de datos se aprovechan de la interacción con el mundo de la actividad humana, generando una abstracción, un trabajo abstracto digital que se aísla tanto de las funciones en la que están desarrolladas, como del contenido y el fin por el que se realizan. Por tanto, se acercan a la categoría de trabajo abstracto como la *lógica productiva* que mueve el *a priori* de la mercancía de los datos.

4.2 Datos y excedente conductual.

Shoshana Zuboff en su obra *La era del capitalismo de la vigilancia* plantea un análisis interesante a la hora de conceptualizar qué es aquello que extraen las plataformas, de qué están compuestos realmente estos datos. En su obra está enmarcado por la consideración ético-política del despliegue de la economía digital como una serie de procesos que nos llevan un futuro del capitalismo donde “la producción de bienes y servicios se subordina a una arquitectura global de la modificación conductual” (Zuboff, 2020: 10). Para el objeto de este trabajo, no obstante, su consideración de los datos como *excedente conductual* que posibilita todo el despliegue de su definición de capitalismo, permitiéndonos ampliar nuestra crítica funcionalista del concepto de mercancía de datos.

En la obra de Zuboff los datos adquieren una consistencia propia, al margen de las anteriores cuestiones ontológicas que hemos puesto de relieve. Para la autora la economía digital y, concretamente, el conjunto de prácticas económicas, la erosión de la privacidad y el beneplácito político, se dan la mano para formar el concepto que ella denomina “capitalismo de vigilancia”. Este reclama “(...) la experiencia humana, entendiéndola como una materia prima gratuita que puede traducir en datos de comportamiento” (Zuboff, 2020: 21). Así, los datos estarían configurados a partir de la experiencia y la praxis online y, siguiendo la clasificación de los usos anteriores, todos aquellos que no son destinados a la mejora de los servicios disponibles son considerados como:

«*excedente conductual* privativo (“propiedad”) de las propias empresas capitalistas de la vigilancia y que se usa como insumo de procesos avanzados de producción conocidos como *inteligencia de máquinas*, con los que se fabrican *productos predictivos* que prevén lo que cualquiera de ustedes hará ahora, en breve y más adelante» (Zuboff, 2020: 21)

Antes de exponer qué consecuencias se despliegan por la utilización de este excedente, es interesante retrotraernos al punto temporal de cómo pudieron ser posibles. La autora plantea cómo, desde el advenimiento de empresas como Google (hoy integrada en la matriz Alphabet), que empezaron a observar el poder de las búsquedas y el conocimiento que estas generaban, la amplitud de los depósitos de datos se llenaba de información variada y no enlazada. Estos cúmulos eran almacenados anárquicamente y eran ignorados (Cf. Zuboff, 2020: 98-99). Zuboff sostiene que es gracias a Amit Patel, en torno a 1999,

que se dio el descubrimiento de la importancia de las memorias caché de datos que Google atesoraba.

Las memorias caché consisten en una capa de almacenamiento de datos de alta velocidad que almacenan conjunto de datos, normalmente de carácter transitorio, permitiendo que las futuras conexiones a esos datos se resuelvan de manera más rápida. A diferencia de los conjuntos de datos estables, estos se desechan, si no encuentran uso. Un símil en la informática de uso doméstico la encontraríamos en la memoria RAM de nuestros equipos; una vez el equipo es apagado toda la información en funcionamiento se descarta.

Por tanto, a través del trabajo de Patel, según Zuboff, se llegó a la conclusión de que esos datos atesoraban conocimiento válido de las consultas, las interacciones y la información colateral aportada por los usuarios, dando peso a estos datos, hasta entonces borrados o descartados, que “proporcionaban en realidad una especie de “sensor amplio del comportamiento humano” y que se les podía extraer una utilidad” (Zuboff, 2020: 99). Esta utilidad vino de la mano de aprendizaje recursivo que mejoraba los servicios existentes y abría a la compañía hacia nuevas aplicaciones, como a la postre fueron su corrector ortográfico, su traductor o el reconocimiento de voz.

Este descubrimiento solo fue el primer paso en el camino que llevó a empresas como Google a ampliar y afianzar su suministro de datos llegando a colonizar amplias áreas de la praxis online de los usuarios productores:

«Los almacenes de excedente conductual de Google abarcan ahora todos los ámbitos que se pueden abarcar en el medio digital: búsquedas, correos electrónicos, mensajes de texto y otras aplicaciones de mensajería instantánea, fotos, canciones, vídeos, ubicaciones, pautas comunicativas, actitudes, preferencias, intereses, caras emociones, enfermedades, redes sociales, compras, etcétera» (Zuboff, 2020)

Actualmente, gran parte del aprendizaje que Google realizó con el descubrimiento de los datos de las memorias caché es aplicado hoy en día en las llamadas *cookies*. La *world wide web* basa gran parte de la resolución de peticiones de información de la navegación a través de las conocidas *cookies*. Estas son pequeñas piezas de información de los sitios web visitados que se instalan y se almacenan en la memoria física de nuestros equipos de acceso (móviles, pc, etc.) (Cf. Mellet & Beauvisage, 2020: 2). Desde su invención en 1994, supusieron una mejora de la rapidez en los accesos a los sitios web, al encontrarse

precargada cierta información estable del sitio a consultar, permitiendo un ahorro de tránsito de datos y por consiguiente una respuesta más rápida de los tiempos de carga.

Solo en las últimas décadas su función se ha visto ampliada con la llegada de las conexiones de alta velocidad y el desarrollo de la economía digital. Actualmente, las cookies permiten la elaboración de un conocimiento amplio de los internautas. Mediante agrupaciones por segmentos de audiencia, visitas u origen y partida del sitio web, permiten un control del flujo de usuarios que les posibilita rastrear múltiple información (Cf. Mellet & Beauvisage, 2020: 2). Esta información se mantiene y se transmite de manera estable en el tiempo, dado que poseen un identificador único que permite a su propietario volver a encontrar al usuario a través de otros sitios web.

Existen multitud de casos donde las *cookies* concentran una parte muy importante de la expropiación de datos. Zuboff, en esta línea, recoge múltiples resultados de análisis académicos que recogen los datos de esta expropiación (Cf. Zuboff, 2020: 188-190). Algunos datos relevantes muestran que, en un estudio del 2015, solo con visitar alguno de los cien sitios más populares de la red, acumularía en su equipo cerca de seis mil cookies, de las que un 83% vendrían de terceros que no tienen nada que ver con el sitio web visitado. En el caso de Google, se descubrió que de los mil sitios web más conocidos, su presencia mediante cookies de rastreo se encontraba presente en el 92% de los sitios web. Por último, otro análisis de la universidad de Yale ponía al descubierto que de las aplicaciones que emplean nuestros smartphones diariamente, aquellas aplicaciones descargadas desde Android y Apple contenían más de cuarenta y cuatro rastreadores, llegando a la conclusión de que difícilmente vamos a encontrar una aplicación inocente.

Así pues, teniendo de fondo cómo funcionan las lógicas de expropiación de los datos a través de canales semiocultos para el grueso de la población, Zuboff plantea dos circuitos fundamentales de la economía digital en la extracción de valor de los datos. Para el objeto de este trabajo, nos interesa su descripción de las bases económicas que el despliegue de las herramientas digital está generando.

Zuboff plantea que el capitalismo de la vigilancia tiene su *leitmotiv* en la acumulación de más y variadas formas de excedente conductual con los que dotar de información a su *imperio predictivo* (Cf. Zuboff, 2020: 273-280). Su objetivo, en un primer momento, se gestó a través de la publicidad dirigida abriendo el camino de la economía digital a una primera fase denominada como *economía de escala*. En ella, los singulares hechos sociopolíticos como el 11S, con su aumento de la vigilancia física y online; junto con la cultura en red, con la necesidad de abrir nuevos campos a la informática de consumo y la

introducción de las utilidades en red a través de todo el globo; se fueron intensificando hasta la llegada de nuevas fases que ampliaron e intensificaron las operaciones de extracción de excedente conductual. Así se llegó a las *economías de alcance y de acción* (Cf. Zuboff, 2020: 273).

Las “economías de alcance” son definidas por la autora a través de los objetivos que desarrollan. Estos pasan por la continua ampliación de la búsqueda de datos mediante la extensión de las operaciones extractivas, que se amplían más allá del mundo virtual para incardinarse en la actividad real de la práctica humana (a través de los mecanismos que hemos comentado anteriormente); y mediante la profundidad, esta se caracteriza por “las pautas de conducta más íntimas del individuo (...) personalidad, nuestros estados de ánimo y nuestras emociones en el punto de mira, así como nuestras mentiras y vulnerabilidades” (Zuboff, 2020: 274).

Sin embargo, Zuboff apunta que, aun así, aun acumulando estos grandes reservorios de datos que traspasan la frontera digital, el mejor modo de extraer valor de ellos es interviniendo directamente en la toma de decisiones de los usuarios-productores. Esto le lleva a definir este nuevo giro como “economía de acción”. Esta se basa en “procesos automáticos de máquinas para que se intervengan en el estado de interacción en el mundo real entre personas y cosas reales” (Zuboff, 2020: 274), expresándose en ejemplos concretos que pasarían por: la inserción de mensajes determinados en nuestras redes sociales, calcular el momento propicio para informar de determinadas noticias, modelar la aparición de descuentos o personalización a la hora de comprar o, incluso, eliminar o bloquear funciones en productos ya adquiridos como coches, teléfonos, etc. Estas nuevas posibilidades abren el campo hacia lo que la autora denomina el “negocio de la realidad”, donde las bases sentadas por la economía de escala se llevan a nuevo nivel en donde la computación ambiental, la computación ubicua o el internet de la cosas se convierten en etiquetas que disfrazan el verdadero objetivo:

«Aunque las etiquetas difieran, todas comparten una idea bastante coherente: la instrumentación, datificación, conexión, comunicación y computación – en todas partes y siempre en marcha – de todas las cosas, animadas e inanimadas, y todos los procesos, sean estos naturales, humanos, fisiológicos, químicos, mecánicos, administrativos, vehiculares o financieros. Se produce así una rendición continua de la actividad del mundo real – desde teléfonos, automóviles, calles, domicilios, tiendas, cuerpos, árboles, edificios, aeropuertos y ciudades–, convenientemente convertida al ámbito digital, donde cobra una nueva vida en

forma de datos listos para su transformación en predicciones, lo que, de paso va llenando las siempre crecientes páginas del texto en la sombra.» (Zuboff, 2020: 275)

El análisis que realiza la pensadora norteamericana creemos que refuerza y da coherencia a la consideración que desplegamos en este trabajo de la expropiación de la praxis humana como nueva mercancía dentro de la extracción de valor de los datos como mercancía básica de la economía digital. Al mismo tiempo, la necesidad de la economía digital de un tiempo socialmente necesario de navegación y uso de servicios para aportar conocimiento en forma de datos para la posterior valorización de estos creemos que refuerza nuestra consideración de pensar estos procesos bajo la categoría de la abstracción del trabajo, ya que así se ponen de manifiesto de manera explícita las diferencias inherentes de poder. De hecho, su consideración de *excedente* a la apropiación del comportamiento y la praxis humana refuerza la idea de un contractualismo (servicio-compensación) que supera con creces la gratuidad de ciertos servicios online.

4.3 Contractualismo de los datos.

Finalmente, en esta sección queremos explorar los límites de este contractualismo que ofrecen las plataformas. Al mismo tiempo, queremos preguntarnos por los límites establecidos en el tratamiento de los datos a nivel europeo.

Carissa Véliz en su obra *Privacidad es poder* reflexiona acerca de lo que ella denomina como “el poder blando de las tecnologías” (Véliz, 2021: 73). La autora hace referencia a este término para señalar todos aquellos mecanismos que mantienen la atención de los usuarios-productores sobre el producto que nos ofrecen, sin tener en cuenta el beneficio que aportamos mediante nuestras prácticas. Este poder blando es más sutil y no genera un rechazo frontal; sin embargo, en la misma medida, “nos convierte en partícipes de nuestra propia victimización.”. Del mismo modo, mediante este poder blando las empresas que marcan el paso en el ámbito de la economía digital promueven la necesidad de contar con los datos como una necesidad inherente al desarrollo tecnológico (Cf. Véliz, 2021: 75), incorporando la idea de *progreso* dentro del imaginario colectivo asociada a sus prácticas.

Uno de los pilares donde se ha expresado este poder blando ha venido sustentado legalmente, de manera tradicional, a través de los *acuerdos de licencia*: los conocidos como acuerdos EULA o Acuerdos de Licencia de Usuario Final. Estos acuerdos modulan

el contractualismo que encontramos en software, sitios web, registros, etc. Estos contratos, que son de obligado cumplimiento, gestionan el acceso a los productos desde contratos de adhesión donde imponen las condiciones para que los usuarios siguiendo su suscripción voluntaria permitan el acceso a todos los datos que la empresa quiera llevar a cabo (Cf. Thatcher et al., 2016: 7).

Zuboff, en esta línea, señala la “ingravidéz” de estos contratos, ya que las empresas pueden modificar los términos de estos sin necesidad del conocimiento o el consentimiento explícito (Cf. Zuboff, 2020: 73); permitiendo a las empresas entrar en relaciones comerciales a posteriori con nuevas empresas en la búsqueda de su rédito como mercancías. Estos contratos con multitud de cláusulas e innumerables páginas que dificultan su lectura y su comprensión, que como señala Zuboff han sido ratificados en multitud de tribunales, basculan a través de dos conceptos principales: los acuerdos *clickwrap* y *browsewrap*. Los acuerdos *clickwrap* se basan en el mero hecho de clicar en un enlace; mientras que los *browsewrap* se basan en la aceptación de la navegación por un sitio web.

Así, mientras que el usuario generador de los datos emplea la tecnología suministrada por las plataformas para realizar actividades de diferente clase; las empresas extraen valor a través de la cuantificación de los datos como mercancía. Por tanto, al productor de datos se le niega el acceso a la forma mercantil, alienando y expropiando a los usuarios. Este proceso queda amparado por un armazón legal, al menos, éticamente cuestionable.

En este sentido, y desde la UNESCO, se ha tenido en cuenta el acceso a los datos de usuarios para el enriquecimiento de las inteligencias artificiales (Cf. GEE, 2020). En el documento del anteproyecto de recomendaciones para una futura ética de las inteligencias artificiales, se tiene en cuenta la disparidad (o incluso ausencia) de regulación en la captación de los datos. No obstante, se incide en los sistemas de IA, aun teniendo diferentes canales de suministros de datos, se contempla como fuente de datos los:

«los sistemas ciberfísicos, incluidas la Internet de las cosas, los sistemas robóticos, la robótica social y las interfaces entre seres humanos y ordenadores, que comportan el control, la percepción, el procesamiento de los datos recogidos por sensores y el funcionamiento de los actuadores en el entorno en que funcionan los sistemas de IA.» (GEE, 2020: 6)

Estos canales generan un impacto en la conformación de las redes profundas de las IA, generando conflictos que pasan por:

«la toma de decisiones, el empleo y el trabajo, la interacción social, la atención sanitaria, la educación, los medios de comunicación, la libertad de expresión, el acceso a la información, la privacidad, la democracia, la discriminación y la militarización.»

Así pues, en el artículo 33 sobre las recomendaciones en cuestiones de privacidad, se insta a los países miembros a establecer marcos regulatorios en los límites que son deseables para el enriquecimiento mediante la mercancía datos. Principalmente se pone el foco en la reunión, uso y control de los datos, así como en la posibilidad individual de estar informado de una manera sencilla y práctica, incidiendo en la transparencia y la salvaguarda hacia los datos más sensibles (Cf. GEE, 2020:12).

V. PLATAFORMAS COMO POSIBILITADORAS DE LOS DATOS.

En el capítulo II de *El capital*, Marx señala la incapacidad de las mercancías para poder ir por sí mismas al mercado para promover su intercambio. Así, en su análisis del proceso de intercambio, Marx señala la necesidad de fijar la mirada en los custodios de las mercancías, en los “poseedores de la mercancías” (Marx, 2017), los cuales nos permitirán desvelar aquellos procesos que permanecen ocultos en la reproducción social a través de mercancías.

De este modo, siguiendo esta estela, en este último capítulo queremos llevar a cabo un somero análisis del mundo (siempre cambiante) de las plataformas digitales y cómo estas están modelando los patrones de sociabilidad y reproducción del capital siendo las poseedoras de los datos, al tiempo que inauguran un nuevo tipo de competencia capitalista tendiente al monopolio de parcelas en torno a la expropiación de los usuarios-productores en el mundo digital y físico.

Hoy en día, un puñado de empresas, que se concentran principalmente sobre las infraestructuras técnicas de Facebook, Amazon, Apple, Google y Microsoft, garantizan el acceso a servicios cruciales que han envuelto las relaciones productivas y sociales de multitud de usuarios, tejiendo a su alrededor una relación directa con un gran número de consumidores que las integran en el desarrollo diario de sus vidas.

Lo que Culpepper y Thelen denominan el “poder de las plataformas” (Culpepper & Thelen, 2019: 3) se basa precisamente en esta relación de necesidad infraestructural entre usuarios y empresas. Así como en el pasado, señalan los autores, dependían de las subvenciones públicas, de infraestructuras o de la economía en general en gran medida; las empresas de plataformas únicamente necesitan del vínculo y la dependencia con sus usuarios. Esto les permite detentar una forma de poder específico, que se diferencia del resto de compañías que tradicionalmente han copado las economías mundiales. Así:

«El poder de mercado es una condición necesaria pero no suficiente para el poder de las plataformas. El mecanismo que traduce el poder de mercado en influencia política,

argumentamos, fluye del aprecio, rayano en la dependencia, que tienen los consumidores por la comodidad que proporcionan estas empresas.»⁴ (Culpepper & Thelen, 2019: 3)

Por tanto, creemos que en tanto poseedoras y habilitadoras del intercambio de la mercancía de datos conviene analizar hasta dónde llega su influencia económica y social dentro de la economía digital.

5.1 Definición y tipología de plataformas.

El economista Nick Srnicek plantea la definición general de las plataformas a través de su vínculo como infraestructuras digitales que permiten la interacción (Cf. Srnicek, 2018: 45). Así juegan el rol básicamente de intermediarias en la multitud de servicios que ofrecen. Parte del fruto de su éxito viene de ser capaces de obtener datos de los usuarios; pero al mismo tiempo, de convertirse en el tapiz donde terceros llevan a cabo sus actividades, lo que les confiere un acceso privilegiado a los datos en tránsito. Así:

«Las plataformas, en resumidas cuentas, son un nuevo tipo de empresa; se caracterizan por proporcionar la infraestructura para intermediar entre diferentes grupos de usuarios, por desplegar tendencias monopólicas impulsadas por los efectos en red, por hacer uso de subvenciones cruzadas para captar diferentes grupos de usuarios y por tener una arquitectura central establecida que controla las posibilidades de interacción» (Srnicek, 2018: 49)

Por otra parte, Langley y Leyshon sitúan el neologismo de “capitalismo de plataformas” como una simbiosis entre nuevas prácticas capitalistas y sociotécnicas que buscan imponerse mediante, a su vez, nuevas prácticas de intermediación y procesos de capitalización (Cf. Langley & Leyshon, 2016: 3).

Estos procesos de intermediación a los que se refieren los autores se basan en una serie de productos y servicios que las diferentes plataformas ofrecen a sus usuarios. Estos procesos han dado pie a una serie de debates académicos acerca de la importancia del sector hacia el que se dirige la actividad de las plataformas. Sin embargo, la taxonomía de las plataformas digitales se mueve en un terreno cambiante por las continuas reconfiguraciones de las empresas, los cambios de sectores o las fusiones que se producen entre ellas. Así, diferentes autores han ofrecido una taxonomía cambiante de la economía

⁴ Original: «The mechanism that translates market power into political clout, we argue, flows from the appreciation, verging on dependence, that consumers have for the convenience these companies provide.»

digital en el ámbito de las plataformas. Aunque un análisis de las diferentes lecturas y sus diferencias no se encuentra entre los objetivos de este trabajo, sí conviene marcar las líneas generales por las que la discusión académica de su influencia atraviesa el análisis de su taxonomía.

Srnicek plantea cuatro categorías principales en las cuales se centrarían sus actividades (Cf. Srnicek, 2018: 50). Tendríamos las *plataformas publicitarias*, en ellas se incluirían empresas como Alphabet o Facebook, donde su poder de mercado se basaría en la información captada de los usuarios para usarla como insumo desde el que desplegar su potencia publicitaria. Por otra parte, tendríamos las *plataformas de la nube*, como Amazon Web Service o Salesforce, donde las empresas son propietarias del hardware y software que ejerce de infraestructura para otras empresas que usan sus servicios, sin embargo en última instancia estas son las propietarias de los datos en tránsito. Desde el sector industrial tendríamos las *plataformas industriales*, como GE o Siemens, que al igual que las anteriores, suministran la infraestructura de producción pero, en este caso, de las manufacturas tradicionales, tecnificando e informatizando la producción. Por último tendríamos las *plataformas de productos*, como Spotify, Apple o Amazon, que generan ganancias mediante la transformación de bienes tradicionales a su aspecto digital; y las *plataformas austeras*, como Uber o Airbnb, las cuales transforman los activos de propiedad hacia un supuesto modelo comunitario; o reducen los costos laborales de los sectores donde se introducen.

Langley y Leyshon completan esta categorización de las plataformas añadiendo (Cf. Langley & Leyshon, 2016: 6) las plataformas de *crowdsourcing*, como intermediarias del trabajo *freelance* e informal; y las plataformas basadas en el *crowdfunding*, como intermediarias online de la financiación tradicional apelando a la supuesta comunidad de intereses.

Sin ánimo de aportar una categorización exacta del amplio abanico de la economía de plataformas que encontramos actualmente, todas ellas vienen a reflejar la concepción de fondo de este trabajo: el uso de los datos como mercancía. La capacidad de desarrollo que les permiten la capacidad de acceso a los datos les posibilita para convertirse en detentadoras de un control del mercado. Así como el modelo de empresa tradicional en el capitalismo del siglo XX venía caracterizada por la influencia soterrada y el conflicto entre patronal y trabajo; el modelo de las plataformas busca acrecentar su condición infraestructural a través del control. Un control que se extiende desde trabajadores y empleadores, hasta creadores y espectadores, anunciantes y consumidores o compradores

y vendedores. Esta caracterización de control de ambos lados de las relaciones comerciales es lo que algunos autores como “posición estructural” (Cf. Rahman & Thelen, 2019: 3), donde la preeminencia no responde a característica de tamaño, sino a la capacidad que poseen para situarse como dominadoras de todos los polos de la actividad.

Sostenemos que esta es una característica inevitable del tratamiento de los datos. Si las empresas de plataformas conocen todo aquello que acaece a ambos lados de una relación, dentro de las dinámicas de crecimiento *ad infinitum* del capitalismo, es inevitable extender cada vez más la retórica de conocimiento en pos de mayor cuota de mercado, mayor conocimiento de este (a través del análisis de los actores) y mayor desplazamiento de la competencia potencial. De hecho, el nacimiento exitoso de múltiples plataformas que han logrado captar una gran influencia en diferentes sectores (véase Airbnb, Uber/ Cabify, Spotify) han logrado imponerse por la capacidad de redefinir las condiciones de fondo del sector en donde han dirigido su actividad. En este sentido, diferentes autores señalan la capacidad de las plataformas de establecerse como vanguardias de modelos de negocio emergentes. Su diferencia con las empresas clásicas en diferentes factores como: la concentración y la subcontratación/ exención de costes; la ubicuidad facilitada por la tecnología; el desplazamiento de empresas o reconfiguración de sectores tradicionales; y su capacidad de poder acceder a financiación a largo plazo (Cf. Rahman & Thelen, 2019: 3-5) han permitido situarse como punta de lanza del mercado en la economía digital.

5.2 Las plataformas como exposición de la crisis.

En este sentido, la posibilidad de las plataformas para poder operar sin necesidad de dar beneficios en un corto periodo de tiempo ha venido posibilitado por el giro hacia el capitalismo financiarizado. Empresas como *Amazon* necesitaron catorce años para poder ser rentables; *Uber* comenzará a ser rentable después de doce años desde su aparición (Cf. Davies, 2021: 10).

Marx y la teoría crítica del valor han venido señalando que en el capitalismo la concepción del trabajo social (el intercambio de los frutos del trabajo mediante la intermediación de las mercancías) no es solamente el *objeto* de la dominación; sino que en sí mismo se convierte en el *territorio* en donde se ejerce (Cf. Postone, 2006: 186). Hoy, en la expresión de la economía digital mediante la praxis de las plataformas, este territorio se encuentra mediado, a su vez, por las relaciones productivas degradadas que ofrecen estas empresas basadas en su poder red.

Marx en *El capital* ya señalaba que los medios de producción (las máquinas) solo transfieren valor a los productos mediante su pérdida de valor de uso (su desgaste en tanto máquinas) durante el proceso laboral (Cf. Marx, 2017: 269). En la economía de plataformas este desgaste no se realiza: constituyen una excepción tecnológica y en cuanto medios, su producción de valor no decae en el tiempo. Sin embargo, si: “Por ende, los medios de producción nunca pueden añadir al proceso de producción más valor que el que poseen independientemente del proceso laboral al que sirven.” (Marx, 2017: 269), ¿de dónde proviene el valor que ofrecen? Por una parte, como hemos sugerido anteriormente, del trabajo coaptado a sus usuarios en tanto información y su posterior puesta en circulación como mercancía; por otra, y en parte como explicación del tiempo necesario para convertirse en rentables, de la degradación de los procesos de trabajo en el mundo físico.

William Davies, en su análisis del fenómeno de las plataformas, señala que la apreciación del valor de las plataformas en un contexto económico inundado de crédito barato se produce por el “deterioro de las perspectivas sociales” (Cf. Davies, 2021: 10). Una vez que las actividades de las plataformas, debido al tiempo a cambio de crédito que pueden esperar, se han apropiado de los mercados y mediante los efectos red han copado las prácticas de los usuarios. Así, el medio básico para el acceso a un mercado se privatiza y se convierte en una forma mediante la que las plataformas extraen valor por la debilidad de la viabilidad económica de la competencia: “El beneficio, cuando llega, es una renta extraída sobre la base de que los usuarios, tanto de pago como gratuitos, tienen una escasez de fuentes alternativas a su disposición” (Davies, 2021: 10).

Y es que, la evolución continúa del desarrollo tecnológico y el modelo de negocio propuesto por las plataformas está aumentando la desigualdad y la distancia existente entre la remuneración de la fuerza de trabajo (única fuente real de valor y plusvalía) y el papel que juegan las tecnológicas en cuanto a instrumentos de trabajo. En consecuencia, dejando de lado de los retrocesos sobre las legislaciones laborales, la reproducción social o la vigilancia de internet, se acrecienta, mediante la instauración de sus dinámicas de negocio como detentadoras de las reglas de los diferentes mercados, el recurso al crédito como salida hacia delante.

Esta lógica de infra remuneración y supresión del trabajo nos pone en el camino de las teorías de crisis y en la contradicción fundamental esbozada ya por Marx en la ley de la caída tendencial de la ganancia. Sin embargo, y dado el carácter inmanente de los cambios que las plataformas quieren imponer resulta muy difícil poder exponer hoy en día estos

cambios en formato de ley universal. Sin embargo, sí que es factible resaltar la contradicción interna del valor en el capitalismo y recalcar que esta es reforzada por las prácticas de la economía digital en su conjunto. La contradicción se explicita mediante el choque clásico entre el trabajo abstracto: única fuente de valor y sustancia del capital; y la optimización/reducción/liberalización de la producción mediante las empresas digitales y su retórica de “ofrecer más por menos”.

5.3 Reconocimiento y plataformas.

Un último punto de este trabajo queremos dedicarlo a las consecuencias puramente sociales, al margen de las lecturas funcionalistas basadas en la lógica del valor. A partir de los debates de la teoría crítica sobre la teoría intersubjetiva hegeliana de la agencia moral, William Davies propone, siguiendo la propuesta de Charles Taylor y Axel Honneth, una serie de claves desde las que poner el foco en el nuevo campo de la economía digital mediada por las plataformas.

Del mismo modo que anteriormente nos hemos centrado en las consecuencias de las formas de valorización mercantiles; las plataformas despliegan, por la necesidad de sus efectos en red, una serie de disputas en el ámbito del reconocimiento entre agentes dentro de sus infraestructuras. Su novedad, como señala Davies, es que aúnan en una misma infraestructura las claves de una valorización mercantil y no mercantil (Davies, 2021). Esta valorización no mercantil está basada en la consideración de la justicia, en la propuesta de Fraser (Cf. Fraser & Honneth, 2006: 19-25), como un debate ampliado, donde se exige la redistribución además del reconocimiento que vaya más allá de una “política de identidad”. Siendo la esfera de las plataformas digitales un ámbito privilegiado en donde se ponen en juego las disputas ideológicas sobre el reconocimiento, así en una esfera pública ampliada, las aspiraciones de reconocimiento chocan con la realidad de su alcance mediante la *influencia* o la *reputación*. En este sentido, Davies sostiene que:

«El capitalismo neoliberal mantiene un requerimiento moral generalizado de comunicar el propio valor en forma de capital humano a los inversores potenciales (...) todo individuo debe ser evaluado como atractivo, positivo, responsable e innovador» (Davies, 2021: 13)

En este contexto podemos situar la elaboración de la ratificación de los usuarios de las plataformas: desde el sistema de reputación social chino hasta la ratificación de la vida para adquirir seguros. Todos estos procesos se enmarcan en la necesidad de autopublicidad y autoexplotación pública de los mercados conductuales. Así, donde anteriormente el reconocimiento como actores válidos de una esfera permitía la detentación de un estatus; en el neoliberalismo esta se encuentra subvertida por una lucha de reputación. Además, tal como señala Davies, las demandas de reconocimiento en las plataformas, ya sea el número de seguidores como las puntuaciones de tus clientes en la distribución, se convierten en una forma de conseguir la diversificación de los datos (necesaria para el rédito de los cúmulos) e incentivan a los usuarios-productores para que “las plataformas – en especial las redes sociales – necesitan ser espacios en los que la gente emprende una especie de lucha por el reconocimiento.” (Davies, 2021: 12).

La necesidad de un carácter variado de los cúmulos de datos para su cuantificación como mercancía de “calidad” genera la necesidad de interacción constante entre los usuarios. En este sentido, la generación de reputación requiere que se multipliquen las interacciones y las reacciones entre los usuarios. Este modo de promover las interacciones en red, a su vez, fomenta la necesidad de la rivalidad y la competencia por el foco atencional del resto de participantes. Sin embargo, en contra de toda distribución equitativa, la participación y el número de exposiciones públicas (de datos) fluctúa en función de cuánto estés dispuesto a proyectar/usar/consumir en las plataformas. De esta forma, y siguiendo a Davies, “en lugar de reconocimiento, el yo recibe mera reacción y, con suerte, una apreciación en su reputación.” (Davies, 2021: 17). Este círculo vicioso de demanda incumplida (pero posibilidad constante), permite, aún más si cabe, la incardinación de las plataformas como medio de interacción social y como plataformas de exposición y autosatisfacción de un yo insatisfecho.

Aunque podría pensarse que el reconocimiento que ofrecen las plataformas podría ser una especie de retribución por uso o una contraprestación social por la generación de datos de interacción; nosotros pensamos que la clave de este círculo vicioso insatisfecho viene, precisamente, por la falta de reconocimiento que las plataformas ofrecen. Cuando este reconocimiento se pervierte como reputación siempre es susceptible de ser constantemente influenciado externamente por otros usuarios, por las condiciones o por el contexto. Lo cual requiere que la reputación sea sostenida en el tiempo mediante más interacción (y, por tanto, más captación de datos). Los *timelines* de las plataformas benefician aquellas interacciones más constantes aportando mayor visualización, mayor

posibilidad de interacción con potenciales clientes o mayor influencia sobre el resto de los agentes de las plataformas. Por tanto, la demanda de reconocimiento solo sería satisfecha mediante un crecimiento constante al modo del capitalismo: un crecimiento *ad aeternum* del uso e interacción con la plataforma. Esto deviene en un crecimiento de la reputación, que se transforma en un ampliación constante de los datos registrados.

VI. CONCLUSIÓN.

El objetivo principal de este trabajo pasaba por preguntarnos acerca de la posibilidad de entender los datos de usuarios desde el concepto de mercancía de Marx. En paralelo, nos preguntábamos por las condiciones de posibilidad que habían llevado al surgimiento de la economía digital como un sector dinámico en la economía global. Así como qué características intrínsecas del capitalismo entraban en juego en este nuevo mercado. Del mismo modo, nos preguntábamos acerca de cuál era el carácter específico de aquello que denominamos datos, de qué estaban compuestos y las agrupaciones y características que presentan los cúmulos de datos denominados *big data*. Finalmente nos preguntábamos qué son y como son clasificadas en los textos académicos las plataformas.

A modo de conclusión creemos que existe, siguiendo a Fraser, una “semiproletarización” en los resortes de la economía digital. Mediante la venta de servicios, uso de aplicaciones, o alienación de la praxis humana mediante las tecnologías, se generan una serie de zonas grises informales desde donde el neoliberalismo digital realiza una “imbricación funcional” de los espacios sin mercantilizar dentro de los usos digitales. Estos espacios, hoy en día, pasan por la mercantilización de la praxis humana, por el aprovechamiento de aquello que nos es más propio: el conocimiento de nosotros mismos en tanto mercancía.

Como hemos señalado, la economía digital se caracteriza por la expropiación soterrada de los datos de los usuarios. La confiscación que las plataformas realizan de nuestros datos excede cualquier explotación amparada bajo un contractualismo basado en “las condiciones de uso” para adentrarse en la mera confiscación. La obligatoriedad del uso de herramientas digitales bajo el sacrosanto productivismo capitalista genera una (auto)explotación impuesta mediante las tecnologías. Al mismo tiempo, este círculo se exagera al sernos impuestos los medios de producción digitales que explotan nuestro tiempo de trabajo y su consiguiente plusvalía; al tiempo que el bucle de retroalimentación de los datos expropia aún más rédito de nuestra praxis en línea, ya sea en nuestro tiempo de ocio, en nuestros desplazamientos o en la incardinación del mundo digital como una segunda capa del mundo real. Sostenemos, por tanto, siguiendo a Harvey, que la caracterización de “acumulación por desposesión” da cuenta de la expropiación de estos

datos de los usuarios como *inputs* desde los que la economía digital nutre sus cadenas de acción y su generación de beneficios.

Todo este proceso se muestra de manera clara siguiendo la consideración de los datos como mercancía, una mercancía que para su valorización ha de ser considerada bajo el prisma del trabajo como única fuente de valor. Siguiendo la propuesta de Postone, asumimos que la crítica del trabajo ha de ser históricamente específica por las variaciones que a lo largo de la historia se generan entre el sistema económico y el desarrollo del trabajo. La crítica, por tanto, ha de ser inmanente e históricamente situada. En el desarrollo de la economía digital y en el tratamiento de los datos como nueva mercancía se hace aún más evidente la necesidad de una conceptualización que dé cuenta del modo de dominación social e impersonal abstracto al que se somete el trabajo digital. La praxis que desarrollamos en línea (ya sea laboral, social o de ocio) dispone de la dualidad, en cuanto “valor de uso” por el aprovechamiento en tanto conocimiento, mejora y uso de los servicios ofrecidos por las empresas tecnológicas; y en cuanto “valor de cambio” por la necesidad de los datos como insumo necesario para la creación de nuevas aplicaciones, ampliación de negocio, segmentación de objetivos, etc. Por ello, sostenemos que la praxis en línea que desarrollan los usuarios puede considerarse “tiempo socialmente necesario” en el despliegue como trabajo por la colonización creciente de cada vez más espacios de la reproducción social y la necesidad que de ello tienen las empresas tecnológicas para su funcionamiento. Así, la reproducción de la riqueza social, siguiendo a Postone, seguiría siendo, en la economía digital, el movimiento exponencial del crecimiento del valor, en este caso mediante la generación de cada vez más mercancía de datos ya que las mercancías propias que ofrecen las tecnológicas (servicios, productos, etc.) actúan como mera mediación para la absorción de un mayor insumo de datos.

Asimismo, las plataformas, como hemos señalado, buscan consolidar su posición en el mercado mediante prácticas monopolistas que atraen a los usuarios mediante los “efectos red”. La posición imperante que están tomando las tecnológicas en la reproducción social, al mismo tiempo, consolidan sus prácticas mediante el ejercicio de un “poder blando” que busca canalizar los cúmulos de *big data* hacia “economías de acción” con las que expandir su influencia hacia la datificación y el mercado del mundo *offline*, situándose como dominadoras de diferentes polos de actividad. Del mismo modo, el mercado de las plataformas acentúa, tomando la conceptualización de Fraser, la “división”: generando una división entre las posibilidades humanas con ayuda de las tecnológicas frente a aquellas que la obvian; acentúa la “dependencia”: generando la

necesidad de una tecnificación y datificación creciente de amplios sectores de la sociedad; por último, acentúa la “denegación”: niega el valor que extrae del conocimiento y la praxis humana, tildándola como necesaria o suficientemente remunerada mediante canales como la influencia.

Finalmente, la alienación capitalista mediada por las mercancías y la estructura fetichista del valor queda acentuada por la necesidad creciente de ser partícipes de un mundo de “progreso” que, del mismo modo que en otros momentos históricos, se sostiene a la espalda de tótems humanos ansiosos de una utopía tecnológica prometida y siempre coaptada.

VII. BIBLIOGRAFÍA.

- Acens. (n.d.). *Bases de datos NoSQL. Qué son y tipos que nos podemos encontrar*. Visitado el 4 de abril, en <https://www.acens.com/wp-content/images/2014/02/bbdd-nosql-wp-acens.pdf>
- Culpepper, P. D., & Thelen, K. (2019). Are We All Amazon Primed? Consumers and the Politics of Platform Power: *Comparative Political Studies*, 53(2), 288–318. <https://doi.org/10.1177/0010414019852687>
- Davies, W. (2021). La política del reconocimiento en la era de las redes sociales. *New Left Review*, 128, 95–114. www.newleftreview.es
- Fraser, N., & Honneth, A. (2006). *¿Redistribución o reconocimiento?* Madrid: Ediciones Morata.
- Fraser, N., & Jaeggi, R. (2019). *Capitalismo. Una conversación desde la teoría crítica*. Madrid: Ediciones Morata.
- GEE. (2020). *Anteproyecto de recomendación sobre la ética de la Inteligencia Artificial*. Visitado el 4 de abril, en https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373434_spa
- Hardt, M., & Negri, A. (2005). *Imperio*. Barcelona: Editorial Planeta: Paidós.
- Harvey, D. (2003). *El nuevo imperialismo*. Madrid: Ediciones Akal.
- Harvey, D. (2021). Valor en movimiento. *New Left Review*, 126, 105–125. www.newleftreview.es
- Hill, D. W. (2021). Trajectories in platform capitalism. *Mobilities*, 16(4), 569–583. <https://doi.org/10.1080/17450101.2021.1917970>
- Jappe, A. (2011). *Crédito a muerte*. Logroño: Pepitas de calabaza.
- Jappe, A. (2019). *La sociedad autófaga*. Logroño: Pepitas de calabaza.
- Kitchin, R., & Lauriault, T. P. (2014). *Small data, data infrastructures and big data*. <http://www.nuim.ie/progcity/Electroniccopyavailableat:https://ssrn.com/abstract=2376148>
- Kurz, R. (2021). *La sustancia del capital*. Madrid: Enclave editores.
- Langley, P., & Leyshon, A. (2016). *Platform capitalism: The intermediation and capitalisation of digital economic circulation*.
- Marx, K. (2017). *El capital: Vol. I*. Madrid: Siglo XXI.

- Mellet, K., & Beauvisage, T. (2020). Cookie monsters. Anatomy of a digital market infrastructure. *Consumption Markets and Culture*, 23(2), 110–129. <https://doi.org/10.1080/10253866.2019.1661246>
- Morozov, E. (2015). ¡Socializad los centros de datos! *New Left Review* , 47–70. www.newLeftreview.es
- Morozov, E. (2018). *Capitalismo Big Tech*. Madrid: Enclave de Libros.
- Postone, M. (2006). *Tiempo, trabajo y dominación social. Una reinterpretación de la teoría crítica de Marx*. Madrid: Marcial Pons.
- Postone, M. (2007). *Marx Reloaded*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Rahman, K. S., & Thelen, K. (2019). The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-First-Century Capitalism: *Politics & Society*, 47(2), 177–204. <https://doi.org/10.1177/0032329219838932>
- Sadowski, J. (2019). When data is capital: Datafication, accumulation, and extraction. *Big Data and Society*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2053951718820549>
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Thatcher, J., O’Sullivan, D., & Mahmoudi, D. (2016). Data colonialism through accumulation by dispossession: New metaphors for daily data. *Environment and Planning D: Society and Space*, 34(6), 990–1006. <https://doi.org/10.1177/0263775816633195>
- UNCTAD. (2021). *Informe sobre tecnología e información 2021*. Visitado el 4 de abril, en https://unctad.org/system/files/official-document/tir2020overview_es.pdf
- Véliz, C. (2021). *Privacidad es poder*. Barcelona: Penguin Random House.
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Barcelona: Editorial Planeta: Paidós.