



Desacatos

ISSN: 1607-050X

ISSN: 2448-5144

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en
Antropología Social

Reygadas, Luis

Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación en
las redes digitales. Diversidad de la economía virtual

Desacatos, núm. 56, 2018, Enero-Abril, pp. 70-89

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13964385005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación en las redes digitales.

Diversidad de la economía virtual

LUIS REYGADAS

En este texto se intenta comprender la diversidad de la producción, circulación, intercambio y consumo de bienes y servicios en formatos digitales. ¿Economía colaborativa o nuevas formas de explotación? ¿Bienes comunes del conocimiento o expropiación del intelecto colectivo? Desde una perspectiva antropológica, se exploran los procesos económicos que se configuran mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Para discernir esta heterogeneidad se propone distinguir diez tipos de interacción en las redes digitales: dones, contiendas por prestigio, creación de bienes comunes del conocimiento, comercio electrónico, falsos dones, explotación del trabajo cognitivo, rentismo, expropiación para compartir, expropiación para comerciar y expropiación para despojar.

PALABRAS CLAVE: redes digitales, capitalismo cognitivo, economía colaborativa, bienes comunes, antropología económica

Gifts, False Gifts, Commons, and Exploitation in the Digital Networks. Diversity in Virtual Economy

This text seeks to understand the diversity of the production, circulation, exchange, and consumption of goods and services in digital formats. Collaborative economy or new forms of exploitation? Knowledge commons or expropriation of the general intellect? From an anthropological perspective, the paper explores the economic processes that are configured through the use of information and communications technologies (ICT). In order to approach the discernment of this heterogeneity, the paper distinguishes ten types of interactions in digital networks: gifts, creation of knowledge commons, contests for prestige, electronic commerce, false gifts, exploitation of cognitive work, rent-seeking practices, expropriation for sharing, expropriation for trading, and expropriation for stealing.

LUIS REYGADAS

Universidad Autónoma Metropolitana-
Iztapalapa, Ciudad de México, México
reygadasl@gmail.com

KEYWORDS: digital networks, cognitive capitalism, collaborative economy, economic anthropology, commons

Pero la cuestión es que la diferencia entre lo que Ryle llama la “descripción superficial” de lo que está haciendo el que ensaya ante el espejo (remedador, guiñador, dueño de un tic...), es decir, “contrayendo rápidamente el ojo derecho” y la “descripción densa” de lo que está haciendo (“practicando una burla a un amigo al simular una señal con el fin de engañar a un inocente y hacerle creer que está en marcha una conspiración”) define el objeto de la etnografía: una jerarquía estratificada de estructuras significativas atendiendo a las cuales se producen, se perciben y se interpretan los tics, los guiños, los guiños fingidos, las parodias, los ensayos de parodias (Geertz, 2003: 22).

Entre la economía del don y el capitalismo cognitivo

Las redes digitales aparecen por doquier en la sociedad contemporánea. Cada día, cientos de millones de personas pasan horas frente a una pantalla de computadora o utilizando un *smartphone*. Con estos dispositivos digitales trabajan, se comunican, se divierten, hacen búsquedas en Google, consultan *Wikipedia*, suben información a Facebook, ven videos en YouTube, comparten fotografías en Instagram, mandan *tweets*, compran en Amazon, contratan servicios de transporte de Uber o alojamiento mediante Airbnb. Pero, ¿es lo mismo Facebook que *Wikipedia*? ¿Da igual utilizar Microsoft Windows que *software* libre? ¿Qué implicaciones económicas tiene la omnipresencia de Google? ¿Qué tipo de relaciones de producción y de intercambio se generan en las redes digitales? ¿Cuáles son sus modelos de negocios?

En el epígrafe de este artículo, tomado de su conocido texto sobre la descripción densa, Clifford Geertz invita a realizar un trabajo interpretativo que permita distinguir los tics de los guiños, los falsos guiños, las parodias y los ensayos de parodias (2003: 22). Propongo realizar un trabajo similar de discernimiento, deconstrucción e interpretación de las interacciones que se presentan en las redes digitales, para distinguir los dones de los falsos dones, los ensayos de colaboración de los intercambios asimétricos, la reciprocidad de la explotación, la innovación del rentismo. Sigo también el camino trazado por Karl Polanyi (2008), quien sostenía que fenómenos económicos como el dinero, el mercado o el comercio no son siempre iguales, sino que varían profundamente de una sociedad a otra y de una época a otra, porque están incrustados en distintos contextos sociales, culturales e institucionales, por ello hay que investigar su naturaleza específica en cada caso concreto.¹

No todas las redes digitales son iguales, tampoco son estáticas, tienen historias que reflejan tensiones y disputas (Van Dijck, 2016). Parto de la hipótesis de que la economía virtual no es monolítica, que las redes sociales y económicas mediadas por nuevas tecnologías de la información no han creado un solo modelo económico, sino un universo complejo de configuraciones atravesadas por relaciones de poder y entrecruzadas por distintas lógicas, en el que intervienen actores muy dispares —personas, robots, empresas, organismos gubernamentales y no gubernamentales, etc.—. También han emergido muchos híbridos, experiencias y configuraciones que combinan colaboración y competencia, búsqueda de ganancias y reciprocidad, innovación y rentismo. Se trata de una arena en la que se desarrollan disputas cruciales por la hegemonía y la apropiación de los enormes recursos económicos que están en juego. El poder, la influencia en la vida cotidiana y las ganancias que han alcanzado las empresas que dominan el sector de las nuevas tecnologías de la información y

la comunicación muestran la importancia política, social y económica de estas disputas.

¿Cómo aprehender la diversidad de las interacciones en las redes digitales? ¿Cuáles son sus especificidades? Se trata de interacciones mediadas por dispositivos electrónicos, es decir, no sólo es una relación entre dos o más personas, sino que intervienen también los artefactos que emplean para comunicarse —computadoras, tabletas, teléfonos celulares—, el *software* que utilizan estos artefactos, los protocolos, plataformas y redes en los que ocurren las interacciones, etc. La intervención de estos actores no humanos (Latour, 2008) es fundamental, porque no sólo posibilitan la conexión, también la orientan y la condicionan, además de que en las redes virtuales quedan huellas de las interacciones, rastros que en algunos casos tienen una importancia económica fundamental, como se verá más adelante. En segundo lugar, hay que distinguir las interacciones entre individuos de las interacciones que se establecen entre las personas y las empresas y otros grandes actores colectivos que participan en las redes. Una cosa es la relación que tienen dos amigos que comparten información en Facebook y otra distinta la que establece la empresa Facebook Inc. con sus millones de usuarios. No es igual la interacción que se produce entre un usuario de Uber y el conductor del automóvil que le presta el servicio de transporte, que la que se genera entre la compañía Uber Technologies Inc. y los millones de usuarios, conductores y propietarios de vehículos que participan en la plataforma. Algunas interacciones se producen entre pares, en condiciones de equidad

1 Desde una perspectiva cultural, Geertz también apuntaba hacia esa dirección en su texto sobre la descripción densa (2003: 30-31), al analizar las disputas en torno a un incidente de robo de ovejas en el que los actores involucrados —judíos, bereberes, franceses— hablaban diferentes lenguas y apelaban a diversas lógicas —mercantil, política, imperial—.

relativa, mientras que otras son muy desiguales, pues una de las partes tiene recursos más poderosos y posee más información que la otra, lo que genera una asimetría estructural entre los participantes, por lo tanto, ventajas y desventajas duraderas (Stiglitz, 1983).

En la discusión sobre la economía de las redes digitales, los expertos han destacado dos formas principales de interacción: el intercambio de dones y la explotación del trabajo cognitivo. Por un lado, los defensores de la tesis de la economía colaborativa sostienen que se trata de un intercambio de dones, de una interacción recíproca mediante la cual las personas comparten dones o regalos, piezas de información que son puestas a disposición de otras personas o del público en general (Benkler, 2006; 2011; Botsman y Rogers, 2010; Tapscott y Williams, 2009). Por otra parte, está la tesis del capitalismo cognitivo:

Por capitalismo cognitivo, entonces, designamos una modalidad de acumulación en la que el objeto de acumulación está constituido primordialmente por el conocimiento, que se convierte en la principal fuente de valor, así como el lugar principal del proceso de valorización (Moulier-Boutang, 2007: 86-87).²

Los defensores de la tesis del capitalismo cognitivo han recurrido al concepto marxista de explotación para caracterizar las interacciones en las redes digitales. De acuerdo con esta tesis, las empresas obtienen ganancias mediante la apropiación tanto de la información y los conocimientos producidos por sus trabajadores como de aquellos que generan los usuarios de las redes digitales (Moulier-Boutang, 2007; Fuchs, 2011; Fumagalli, 2010; Vercellone, 2011). ¿Intercambio de dones o explotación del cognitariado? ¿Bienes comunes del conocimiento o expropiación del intelecto colectivo? ¿Economía colaborativa o capitalismo cognitivo? Este artículo no pretende

repetir las dos tesis predominantes en la discusión sobre el tema, tampoco busca un justo medio. Desde una perspectiva antropológica, lo que intenta es mostrar la diversidad de la economía virtual, como primer paso hacia la identificación de las relaciones de producción, intercambio, distribución y consumo que se generan mediante el uso de las redes digitales. Con base en esa identificación, podrán discutirse las articulaciones que existen entre ellas y las disputas por la hegemonía en el ecosistema de los medios conectivos (Van Dijck, 2016).

Diez tipos de interacción en las redes digitales

Los tipos de interacción que se describen a continuación deben considerarse tipos ideales, herramientas conceptuales para comprender los procesos de interacción existentes en la realidad, en los cuales pueden mezclarse varios de ellos. No se trata de una lista exhaustiva, además de estas formas de interacción existen otras. En el cuadro 1 reuní los diez tipos de interacción que considero más relevantes o de mayor valor heurístico para comprender la economía de las redes digitales.

DONES

Los dones se caracterizan por el otorgamiento de un bien o un servicio en forma de regalo, sin que se demande un pago a cambio. En una transacción comercial, se espera un pago de acuerdo con los términos convenidos. En un intercambio de regalos, puede esperarse una retribución, pero ésta puede

2 *“Par capitalisme cognitif, nous désignons donc une modalité d’accumulation dans lequel l’objet de l’accumulation est principalement constitué par la connaissance qui devient la ressource principale de la valeur ainsi que le lieu principal du procès de valorisation”* [la traducción es mía].

CUADRO 1. DIEZ TIPOS DE INTERACCIÓN EN LAS REDES DIGITALES

Tipo de interacción	Características	Ejemplos
Dones Tipo <i>kula</i> (Malinowski, 1995)	Intercambios recíprocos sin fines de lucro. Compartir información y otros recursos. Lógica de solidaridad. Creación de lazos sociales.	Intercambios entre pares en Facebook, Flickr, Instagram y otros sitios.
Creación de bienes comunes del conocimiento Tipo bienes comunes (Ostrom y Ostrom, 1977)	Construcción de recursos informativos e informáticos gratuitos y disponibles para el público en general. Creación de sitios de libre acceso. Construcción del procomún digital.	<i>Wikipedia</i> . Repositorios digitales de artículos académicos de libre acceso. Comunidades de <i>software</i> libre, <i>hackers</i> .
Contiendas por prestigio Tipo <i>potlach</i> (Boas, 1897)	Compartir información y otros recursos para conseguir prestigio, reconocimiento o popularidad.	Prácticas de búsqueda de estatus en redes sociales. Interacciones entre particulares en sitios de citas y búsqueda de parejas.
Comercio electrónico Tipo intercambio mercantil (Smith, 1958)	Compraventa de bienes y servicios en internet. Empresas que han incorporado internet como medio de venta. Sitios especializados en comercio electrónico.	Millones de empresas que venden por internet. Amazon. Relaciones entre compradores y vendedores en Mercado Libre o eBay.
Falsos dones Tipo economía de la carnada (Lins Ribeiro, en este volumen)	Captura de atención y fidelidad de usuarios mediante señuelos. Aparente regalo al usuario para obtener información y otros datos mercantilizables.	Relación de Google, Facebook, Instagram y Youtube con usuarios, a quienes ofrecen el uso gratuito de la plataforma para capturar su atención.
Explotación del trabajo cognitivo Tipo explotación capitalista (Marx, 1976) Tipo apropiación del intelecto general (Marx, 1976; Vercellone, 2007)	Obtención de plusvalía derivada del trabajo asalariado de personas que laboran conectadas a redes digitales. Obtención de ganancias derivadas del trabajo de usuarios de las redes digitales sin ser asalariados de la empresa, que se apropia de sus datos, información, ideas, textos y materiales audiovisuales.	<i>Call centers</i> . Sitios de bancos, empresas de aviación, hoteles, etc. Algoritmos de Google, Facebook, Instagram y YouTube que permiten sistematizar y procesar la información de los usuarios.
Rentismo Tipo renta de la tierra (Ricardo, 1959; Marx, 1976)	Obtención de rentas y comisiones por el uso de plataformas digitales.	Relación de Uber con propietarios de autos y conductores. Relación de Airbnb con anfitriones y huéspedes. Otras plataformas digitales comerciales en fase de madurez.

CUADRO 1. DIEZ TIPOS DE INTERACCIÓN EN LAS REDES DIGITALES

(continuación)

Tipo de interacción	Características	Ejemplos
Expropiaciones para compartir Tipo bandolerismo social (Hobsbawm, 1976)	Apropiación no autorizada de recursos y materiales acaparados por grandes corporaciones para facilitar el acceso libre y gratuito. Combates contra el <i>copyright</i> .	Pirate Bay y otros <i>torrents</i> . Sitios que brindan acceso libre a recursos bajados de otros sitios sin autorización.
Expropiación para comerciar Tipo economía informal (Portes, Castells y Benton, 1989)	Apropiación ilegal de material ajeno con el fin de explotarlo comercialmente.	Muchos sitios de descarga de música, videos o libros. Sitios que cobran el acceso (o insertan propaganda) a recursos bajados de otros sitios sin autorización.
Expropiación para despojar Tipo traficantes y contrabandistas (Naim, 2005)	Apropiación de información ajena para realizar fraudes y robos.	Usurpación de identidad. Fraudes cibernéticos.

Fuente: Elaboración propia.

postergarse y quedar a discreción del receptor inicial (Firth, 1974: 17). Es una interacción similar a cuando damos un regalo de cumpleaños a un amigo o lo invitamos a cenar; quizá nos retribuya en otro momento con una invitación o un regalo, pero queda a su criterio cuándo y cómo corresponderá. Mediante los dones se crean lazos sociales y se expresan deseos y necesidades de cooperación, colaboración y creación de comunidades.

Los dones no están exentos de obligaciones. Como señaló Marcel Mauss (1979), suelen formar parte de lazos sociales y patrones de interacción en los que existe la obligación de regalar, de aceptar el regalo y de devolverlo. No todo es altruismo en el don. Con frecuencia, se trata de cadenas de intercambios recíprocos en los que las personas que intervienen tienen que dar y recibir. Pero al momento de entregar el don no se establecen montos o plazos obligatorios para la devolución. El *kula*, estudiado por Malinowski (1995), es un buen ejemplo de este tipo de interacciones. Era un circuito intertribal de intercambio de dones ceremoniales en las islas Trobriand. Los regalos que se intercambiaban eran collares y brazaletes

de concha, sin utilidad práctica y demasiado pesados para usarse de manera cotidiana, es decir, el propósito del *kula* no era utilitario, sino que estaba encaminado hacia el sostenimiento de lazos sociales y vínculos comunitarios.

En las redes digitales hay una gran cantidad de intercambios de dones. Por ejemplo, la información que suben los usuarios a Facebook para compartir con amigos y familiares, las fotografías que se comparten en grupos de Instagram y Flickr, las alertas que publican los usuarios de Waze para indicar que hay tráfico u obstáculos en el camino, el intercambio de información en grupos de WhatsApp, las respuestas que las personas brindan a preguntas que otros colocan en las redes sociales, etcétera.

Las redes digitales han multiplicado y facilitado las opciones para compartir información, conocimientos, imágenes, videos, música y otros recursos, a bajo costo y sin importar la distancia geográfica. Esto ha llevado a algunos entusiastas a considerar que las nuevas tecnologías de la información dan lugar a una economía del don y la colaboración, que supera los límites del mercado, la propiedad privada

y el capitalismo.³ Otros autores han celebrado el advenimiento de la *innovación en masa* (Leadbeter, 2008), las *multitudes inteligentes* que cooperan para generar conocimientos y respuestas a problemas (Tapscott y Williams, 2009) y la *economía colaborativa* (Botsman y Rogers, 2010).

En las redes digitales hay muchos dones, experiencias igualitarias numerosas y reciprocidades horizontales abundantes, pero estos intercambios constituyen sólo una parte del todo y no necesariamente la porción más importante. Entre los 100 sitios de internet con mayor número de accesos, sólo hay dos que no tienen fines de lucro, *Wikipedia* y *The Pirate Bay*. El resto pertenece a corporaciones que obtienen enormes ganancias (Van Djick, 2016: 36). Por importantes que sean los intercambios de dones, es crucial recordar que representan sólo un fragmento de las interacciones digitales, además de que se mezclan con frecuencia con otras formas de interacción.

CREACIÓN DE BIENES COMUNES DEL CONOCIMIENTO

Además de los actos individuales de reciprocidad, analizados en el rubro anterior, también existen comunidades organizadas que comparten información, conocimientos y otros recursos en línea. Los ejemplos más notables son *Wikipedia*, las bibliotecas gratuitas *online*, los repositorios digitales de libre acceso y las comunidades de *software* libre que ponen a disposición del público recursos cognitivos e informáticos de gran valor. En estos casos, se crean bienes comunes de la información fuera de los circuitos comerciales.

Detrás de la creación de bienes comunes cognitivos está la idea de que el conocimiento y la información deben compartirse, lo que ocupa un lugar central en la ética *hacker*, definida como:

La creencia de que el intercambio de información es un bien positivo poderoso y que es un deber ético de los *hackers* compartir sus conocimientos al escribir en código abierto y facilitar el acceso a la información y los recursos informáticos siempre que sea posible (Raymond, 2003).⁴

Se señala que los recursos cognitivos tienen características distintivas que facilitan que se constituyan como bienes comunes (Hess y Ostrom, 2009). A diferencia de muchos objetos materiales que son bienes de alta sustractibilidad, la gran mayoría de los bienes del conocimiento son no sustraíbles o no rivales, es decir, que si alguien los utiliza no afecta las posibilidades de otros para disfrutar de ellos (Benkler, 2006; Ostrom y Ostrom, 1977). Mientras que el consumo de un bien material reduce las existencias disponibles de ese bien, el consumo de conocimiento no disminuye la cantidad de saberes disponibles, al contrario, puede acrecentarla. Además, los costos de reproducción de los bienes cognitivos digitales son muy reducidos: mientras imprimir en papel miles de ejemplares de un libro requiere materias primas y trabajo de producción y transportación, los costos de la reproducción y difusión digitales de ese mismo libro son bajos. Estas características de los bienes cognitivos digitales —la no rivalidad y el bajo costo de reproducción— facilitan que se compartan y son un fuerte argumento a favor de que se consideren como bienes comunes. El argumento se fortalece en el caso de los bienes cognitivos producidos con el uso de recursos públicos, por ejemplo, gran parte de la investigación

3 Por ejemplo, Gary Hamel compara los sistemas de innovación de la empresa W. L. Gore con la “economía del don” (2007: 91).

4 “The belief that information-sharing is a powerful positive good, and that it is an ethical duty of hackers to share their expertise by writing open-source code and facilitating access to information and to computing resources wherever possible” [la traducción es mía].

científica. Sin embargo, estas características no impiden que algunos actores se apropien de muchos bienes cognitivos con la finalidad de obtener un beneficio mediante la mercantilización del acceso.

Algunos autores ven en el advenimiento del procomún colaborativo el eclipse del capitalismo (Rifkin, 2014). Un crítico del capitalismo como Erik Olin Wright considera que en la colaboración digital hay formas anticapitalistas de producción:

Wikipedia es una forma profundamente anticapitalista de producir y difundir conocimiento. Se basa en el principio de “a cada cual según sus necesidades, de cada cual según sus capacidades”. Nadie cobra por aportar y a nadie se le cobra por consultarla. Es igualitaria y se produce sobre la base de reciprocidades horizontales antes que de control jerárquico (2015: 19).

Sin embargo, hay que recordar que la creación de bienes comunes cognitivos es sólo una de las muchas posibilidades que se presentan en el mundo digital.

CONTIENDAS POR PRESTIGIO

El intercambio de dones y la creación de bienes comunes buscan crear lazos sociales y comunitarios, pero estos propósitos rara vez aparecen en forma pura. Quienes comparten información en la red también suelen tener otras motivaciones. Una forma de interacción muy común en internet es lo que llamo *contiendas por prestigio*, que consisten en compartir información y otros recursos para obtener estatus, reconocimiento, fama, popularidad o influencia. Con frecuencia, se confunde con el intercambio de dones y la construcción de bienes comunes, porque ninguno de ellos tiene fines de lucro y en muchas ocasiones se presentan juntos. Por ejemplo, un gran número de personas comparte recursos en la red para alimentar sus lazos sociales con amigos y familiares, y a la vez, para obtener reconocimiento por viajar,

tomar una buena fotografía, insertar una cita significativa o hacer un meme ingenioso. No todo se comparte por altruismo o generosidad, en muchos casos se colabora para obtener prestigio.

Este tipo de interacción recuerda el *potlach*, un sistema de reciprocidad y redistribución de bienes que incluía consumo ostentoso y regalos, practicado por pueblos indígenas de la costa del Pacífico en el norte de Estados Unidos y el sur de Canadá, estudiados por la antropología clásica (Boas, 1897). En ocasiones, en los *potlach* se hacían regalos para exhibir riqueza y adquirir prestigio.

Un estudio etnográfico de *Wikipedia* encontró que los colaboradores más asiduos no sólo persiguen el objetivo altruista de construir una enciclopedia digital de libre acceso, también compiten por ocupar posiciones de prestigio en la comunidad de wikipedistas, en la que existen premios y trofeos simbólicos que reconocen el trabajo de quienes elaboran entradas importantes o “exitosas”. Por ello consideran a *Wikipedia* un *potlach* digital en el que hay un “patrón de un tipo de práctica económica en la que la dilapidación de un tipo de capital conduce al acopio o acumulación de otra especie de capital distinta, que es el que se valora y aprecia en el mercado considerado” (Ortega y Rodríguez, 2011: 24). Dicho de otra forma, los redactores de entradas de *Wikipedia* regalan o dilapidan tiempo de trabajo y capital cognitivo e informático para obtener capital social y reconocimiento.⁵

5 Un estudioso de Google no vacila en equiparar las relaciones entre esta compañía y sus ingenieros con la lógica del “mutuo dar” que caracterizaba al *potlach*: “al brindar a sus ingenieros 20% de su tiempo, Google se da la posibilidad de apropiarse de las ideas, inventos que de otro modo los empleados se guardarían para sí. Lo que la empresa da por una parte, lo recupera por otra. Es la lógica del *potlach*, del mutuo dar, que ha sido analizada por Marcel Mauss” (Girard, 2009: 85). Como se verá más adelante, las relaciones de Google con sus trabajadores y usuarios no corresponde en realidad a una lógica de reciprocidad, sino a la de los falsos dones y la explotación del trabajo cognitivo, por más que se la quiera presentar como un *potlach*.

Algo similar ocurre en la producción de *software* libre: los programadores que contribuyen a crearlo tienen un fuerte sentido comunitario, pero muchos de ellos también están enfrascados en competencias por prestigio, en la búsqueda de reconocimiento por haber hecho una contribución importante. Estos programadores adquieren tal prestigio que después son buscados por empresas de *software* que les ofrecen atractivos empleos. Contribuyen a la construcción de bienes comunes digitales, pero al mismo tiempo forjan una carrera, como lo dice una cyberactivista para caracterizar a los blogueros:

El *blogger* es alguien que, mientras hace una gran donación al procomún de lo que contribuye, al mismo tiempo está haciendo su currículum. Cooperera, pero en un pacto con la realidad. Ha de hacerse la gestión del yo. Todos somos *free lance* y todos hemos de gestionarnos como empresa (Margarita, citado en González de Requena, 2012: 233).

COMERCIO ELECTRÓNICO

Entre las interacciones digitales con fines de lucro, la más común y fácil de entender es el comercio electrónico, que no es otra cosa que la extensión al mundo digital del intercambio de bienes y servicios por medio de una transacción de compraventa. Estas interacciones siguen la lógica mercantil descrita por Adam Smith (1958) y otros economistas clásicos, en la que compradores y vendedores encuentran ventajas en el intercambio.

En primer lugar, entran en esta categoría las operaciones de empresas que vendían sus mercancías por medios tradicionales —ventas en locales comerciales, por correo, por teléfono— y que han incorporado su propio portal de internet, muchas veces como complemento a las ventas que realizan por otros medios. En segundo lugar, se incluyen las actividades de empresas que se crearon ex profeso

para vender en internet, como Amazon. Por último, hay que considerar los intercambios comerciales entre personas físicas, que aprovechan internet para realizar la compraventa, como antes aprovechaban los periódicos o los tablones de avisos en sitios públicos. En este último caso, se incluyen desde personas que anuncian que quieren comprar o vender algo en blogs o cuentas personales de correo electrónico, Facebook, Twitter, etc., hasta quienes utilizan sitios de internet creados para este tipo de interacciones, como eBay, Mercado Libre y sitios para compraventa de automóviles o bienes inmuebles. Esta última modalidad obliga a distinguir entre la interacción entre personas que realizan una compraventa —comercio electrónico— y la interacción de estas personas con el sitio o plataforma que hace posible la transacción y obtiene un beneficio ya sea por una comisión o la venta de publicidad, lo que constituye el rentismo, otra modalidad que se analizará más abajo.

El comercio electrónico propiamente dicho se expandió a partir de la década de 1990. Según cifras del Departamento de Comercio de Estados Unidos, para 2016 ya representaba cerca de 9% del total del comercio en ese país, pero se espera que siga creciendo en los próximos lustros, pues lo hace a un ritmo más acelerado que el resto del comercio, además de que diversos estudios muestran que las generaciones más jóvenes compran más en internet que las anteriores.

FALSOS DONES

Una interacción muy común en el mundo de internet es la que Gustavo Lins Ribeiro (en este volumen) denomina *economía de la carnada*, y yo, *falsos dones*, que consiste en la práctica de algunos agentes —empresas, por lo general— de ofrecer a los usuarios acceso gratuito a algún bien o recurso digital —buscador, *software*, música, videos, libros,

artículos, participación en una red social, posibilidad de difundir publicaciones académicas, etc.—, para captar su atención, obtener su fidelidad o extraer información personal y sobre sus prácticas de consumo y navegación. Parecen regalos, porque el usuario no paga nada por utilizar el buscador Google, inscribirse a Facebook para compartir con sus amigos, subir su perfil a Tinder para buscar pareja, descargar Waze para lidiar con el tráfico o subir copias digitales de sus publicaciones a Academia.edu. Sin pagar un centavo, los usuarios utilizan recursos que podrían tener un valor monetario elevado. La falsedad del don estriba en que estos agentes obtienen a cambio información de los usuarios que convierten en mercancía, proceso en el que reciben cuantiosas ganancias.

Existen varias maneras de monetizar esta información. Una de ellas es utilizarla para mejorar la propia plataforma. Una de las razones por las que

Google se convirtió en el buscador de internet hegemónico fue que creó un algoritmo que ordena los resultados de las búsquedas de los usuarios con base en las búsquedas y prácticas de navegación de usuarios anteriores, entre otros elementos. Es decir, las páginas en las que más usuarios previos hicieron clic tienden a ascender en las listas de resultados. No es que Google ofrezca buenos resultados por que sea muy inteligente, sino porque encontró la manera de sistematizar y aprovechar la inteligencia e información de millones de personas. Algo similar ocurre con la aplicación Waze, que ofrece rutas en tiempo real para evitar atascos vehiculares, porque procesa la información que brindan los usuarios, ya sea de manera voluntaria mediante la inserción de alertas, pero sobre todo de modo involuntario, pues al usar Waze, su teléfono envía información sobre su ubicación, velocidad de traslado, paradas y otros



MICHAEL DAVIS-BURCHAT ▶ Abstraídos del mundo, octubre de 2013.

datos cruciales para el buen funcionamiento de la plataforma. El regalo aparente que Waze brinda a sus millones de usuarios a cambio de la información que ellos proporcionan le ha permitido a la empresa alcanzar beneficios monetarios. En junio de 2013, Google compró Waze por 966 millones de dólares (Rosas, 2013).

Otras formas de obtener beneficios son la venta de espacios de publicidad en los sitios y la venta a otras empresas de bases de datos con la información de los usuarios.

Los falsos dones son interacciones que ilustran muy bien las dinámicas del mundo digital. Muchos usuarios de internet no están dispuestos a pagar por el uso de páginas, servidores, programas y plataformas, y prefieren utilizar los que se ofrecen de manera gratuita. Google, Facebook, Waze y muchos otros sitios han tenido éxito porque no cobran por el acceso. Es poco probable que hubieran alcanzado el enorme número de usuarios que tienen si hubieran cobrado.

EXPLOTACIÓN DEL TRABAJO DIGITAL Y DEL INTELECTO GENERAL

La explotación del trabajo digital se presenta cuando un agente obtiene una ganancia económica que proviene del trabajo de otro agente en las redes informáticas. En un sentido, la explotación del trabajo digital es similar a la explotación capitalista del trabajo descrita por Karl Marx (1976) en el siglo XIX, pero en el capitalismo de la era digital hay un nuevo elemento de singular importancia: la apropiación del trabajo de los usuarios. La relación de explotación analizada por Marx implicaba el pago de un salario al trabajador explotado, mientras que la explotación del trabajo digital incluye tanto la de empleados asalariados de una empresa como la de otras personas que no son empleadas, sino usuarios de las redes. Me explico con un ejemplo. Un banco puede obtener

ganancias derivadas de las labores de sus empleados que capturan información y realizan transacciones electrónicas mediante una computadora. Esto corresponde a la explotación clásica del trabajo asalariado. Pero, ¿qué pasa cuando la captura de información y la transacción electrónica son realizadas, no por un empleado del banco, sino por uno de sus clientes, desde un teléfono celular o desde una computadora instalada en su casa? En ese caso, el banco no sólo reduce costos en instalaciones, equipo y consumo de energía, también aprovecha el tiempo de trabajo de los clientes, está explotando el trabajo digital de personas a quienes no paga un salario. Lo mismo ocurre cuando las personas adquieren un boleto de avión o reservan un hotel en internet.

Apropiarse de la información y las ideas que las personas colocan de manera voluntaria o involuntaria en internet es otra forma en la que las empresas se aprovechan del trabajo de los usuarios de las redes digitales. Es parte de lo que obtienen a cambio de los *falsos dones* analizados más arriba. Los usuarios suben información sobre sus actividades, experiencias, gustos, intereses, ideas, etc. Además, su actividad deja huellas que pueden ser transformadas en información útil con el *software* apropiado. Hay empresas que organizan, procesan y utilizan esos datos de manera sistemática para convertirlos en mercancías dotadas de un valor de cambio.

Varios autores (Vercellone, 2007; 2011; Virno, 2007) han recuperado el concepto de *intelecto general* propuesto por Marx en los *Grundrisse* (1976: 227-230), para explicar esta apropiación de la inteligencia colectiva que se presenta en las redes informáticas. Un ejemplo es el funcionamiento del buscador Google:

La búsqueda de Google, el servicio básico de Google, se alimenta del trabajo no remunerado de quienes crean páginas web y contenidos web, que son indexados por Google. Google no les paga, pero utiliza su contenido para ganar dinero. Los

servicios de Google y el trabajo no remunerado de los creadores de contenido web es la base combinada para la explotación de los usuarios de Google. Se involucran en diferentes actividades de trabajo no remunerado (búsquedas, envío de correo electrónico, creación de documentos, creación de blogs, lectura de blogs, carga de videos o imágenes, visualización de videos o imágenes, etc.) (Fuchs, 2011: 4-5).⁶

Se ha propuesto la noción de *capitalismo cognitivo* para caracterizar la economía contemporánea (Moulier-Boutang, 2007; Fumagalli, 2010; Vercellone, 2011). En otras épocas, el trabajo también tuvo un componente cognitivo, el trabajo humano nunca ha sido sólo manual, pero es cierto que en las últimas décadas ha crecido la importancia del conocimiento en los procesos económicos, al igual que la proporción que los factores cognitivos representan en el valor total de las mercancías. Además de la relevancia creciente de los saberes, la tesis del capitalismo cognitivo apunta hacia este tipo particular de interacción que consiste en la apropiación privada de los datos y saberes que circulan en las redes digitales. Para muchos, se trata de una nueva forma de organización del trabajo, el *googleísmo*, que se caracteriza por la apropiación empresarial de las innovaciones en masa, tanto de las que realizan los trabajadores de las empresas como de las que generan otras personas y que las compañías obtienen con el uso de técnicas de *crowdsourcing*, la minería y el procesamiento de la información. Dado que esta forma de organización de la producción se ha expandido en forma vertiginosa, ha generado enormes ganancias y es vista como el modelo a seguir por muchas empresas. Diversos autores consideran que el *googleísmo* ha logrado la hegemonía que en otros momentos tuvieron otras formas de organización productiva como el fordismo-taylorismo y el toyotismo (véanse Girard, 2009; Lins Ribeiro, en este volumen).

RENTISMO

El término rentismo se ha utilizado para designar conductas económicas improductivas y poco innovadoras, como la del terrateniente que no trabaja y vive de las rentas que cobra por el alquiler de sus tierras, o las de los gobiernos de países que se financian con los ingresos derivados del petróleo, sin preocuparse por crear una economía eficiente. Puede resultar chocante que utilice la noción de rentismo para referirme a algunas interacciones que ocurren en el mundo digital, que por lo general se considera un sector dinámico e innovador. En efecto, se producen muchas innovaciones en las redes, pero esto no impide que algunos agentes exploten las innovaciones de manera rentista.⁷ Como ha dicho Thomas Piketty: “el empresario tiende de manera inevitable a transformarse en rentista y a dominar cada vez más a aquellos que no poseen sino su trabajo” (2013: 942).⁸ Una vez que se ha generado una innovación, puede

6 “The Google search, Google’s core service, is powered by the unpaid work of all those, who create web pages and web content that are indexed by Google. They are unpaid by Google, although Google uses their content for making money. The Google services and the unpaid labour of web content creators is the combined foundation for the exploitation of the Google users. They engage in different unpaid work activities (searching, e-mailing, creating documents, blogging, reading blogs, uploading videos or images, watching videos or images, etc.)” [la traducción es mía].

7 El lector se preguntará si debí incluir un tipo de interacción caracterizado por la generación de innovaciones de la colaboración entre personas conectadas mediante dispositivos digitales, las famosas multitudes inteligentes que producen innovación en masa. No lo hice porque esos procesos de innovación en masa ocurren en varias de las interacciones descritas en este texto, por ejemplo, en la creación de bienes comunes del conocimiento, el intercambio de dones, los falsos dones, la explotación del trabajo cognitivo y hasta en las dimensiones colaborativas del rentismo.

8 *L’entrepreneur tend inévitablement à se transformer en rentier, et à dominer de plus en plus fortement ceux qui ne possèdent que leur travail*” [la traducción es mía].

cobrarse una renta por su uso, y es lo que hacen muchas empresas. Por ejemplo, la aplicación Uber fue innovadora porque creó un *software* que permite enlazar por medio de teléfonos celulares a personas que requieren un servicio de transporte con los choferes de vehículos que se encuentran en las cercanías y pueden proporcionarles el servicio. Para crear la aplicación se requirió ingenio, conocimientos, destrezas, trabajo creativo, etc. Una vez que se perfeccionó la aplicación, sus propietarios cobran una renta por el uso y la participación en la red de Uber: los dueños/choferes de los vehículos pagan a la empresa una comisión de 25% de la tarifa que cobran por cada viaje.⁹ Una parte de esa comisión corresponde a los gastos que hace Uber, incluyendo el mantenimiento y renovación de la plataforma, pero otra porción es renta pura y dura. Lo mismo ocurre con el uso de Airbnb, empresa del sector del alojamiento que cobra una comisión de 3% a los anfitriones y de 6% a 12% a los huéspedes. Una parte de esas comisiones corresponde a gastos de gestión y cobranza, pero otra es renta. Así, en el corazón de sectores económicos de punta, al lado de prácticas innovadoras, coexisten prácticas y conductas rentistas.

Pese al optimismo acerca de la descentralización que permiten las redes digitales, estos ejemplos de rentismo muestran que las redes también hacen posibles nuevas formas de concentración y centralización de capital. Uber Technologies Inc., empresa radicada en San Francisco, concentra ingresos derivados de millones de traslados que tienen lugar en diferentes partes del planeta. Esa riqueza antes se quedaba por completo en las localidades en las que un taxi prestaba ese servicio. Uber comenzó sus operaciones comerciales en 2010 y cinco años después el valor de la empresa se calculaba en 60 mil millones de dólares, mayor que el de General Motors (*La Jornada*, 5 de diciembre de 2015). Uber y Airbnb, ejemplos paradigmáticos de la economía colaborativa en la que hay interacción entre pares para prestar servicios de transporte y alojamiento,

muestran que se puede montar una enorme superestructura con prácticas empresariales y rentistas que no tienen mucho de colaborativas.

EXPROPIACIÓN PARA COMPARTIR

Para finalizar, describiré tres tipos de interacción que tienen en común el hecho de que involucran la expropiación de material ajeno. Aunque en los tres casos un agente se apropia de manera ilícita o no autorizada de recursos o bienes digitales de otro agente, considero conveniente distinguirlos porque obedecen a objetivos diferentes: compartir, comerciar y despojar. Además, el tipo de agentes que intervienen en cada caso también difiere.

La *expropiación para compartir* o expropiación por ideología es una interacción sin fines de lucro. Se presenta cuando un actor se apropia de manera ilícita o no autorizada de recursos digitales que pertenecen a otros —por lo general empresas, gobiernos u otros actores hegemónicos— para ponerlos a disposición del público en general. En esta categoría entrarían las acciones de muchos *crackers*, que rompen los sistemas de seguridad de un programa informático o de un sitio web para poner estos recursos a disposición de la comunidad, siempre y cuando estas incursiones no persigan el beneficio económico del agente. Esta particularidad es importante para establecer la diferencia con los otros dos tipos de expropiaciones ilícitas que se analizarán después. Si bien todas recurren a medios ilícitos, los objetivos son distintos. Las expropiaciones para compartir suelen tener objetivos políticos e ideológicos: fomentar el libre acceso a la información, fortalecer los bienes comunes digitales, combatir el *copyright* de actores poderosos. En cambio, las expropiaciones para comerciar persiguen

9 De hecho, la comisión es mayor si se agrega el cargo por reservación de cada viaje —*booking fee*— (Perea, 2016).

finés de lucro, aunque en ocasiones se recurra a argumentos ideológicos para legitimarlas. Las expropiaciones para despojar buscan robar o defraudar, y son realizadas por agentes delictivos.

Las expropiaciones para compartir son la expresión digital de la lógica de Robin Hood y otros bandoleros sociales (Hobsbawm, 1976), que le quitan a los poderosos para darle a los que tienen menos recursos. Se trata de acciones controvertidas, celebradas por unos —porque comparten recursos— y muy criticadas por otros —porque expropian esos recursos sin contar con la autorización de sus propietarios—.

EXPROPIACIÓN PARA COMERCIAR

Se presenta cuando un actor se apropia de manera ilícita o no autorizada de información y recursos digitales que pertenecen a otros, pero no —o no sólo— para compartirlos con el público en general, sino para obtener un beneficio económico. Se trata de actividades ilícitas que persiguen fines de lucro. Comienzan con una apropiación o reproducción no autorizada de recursos digitales pertenecientes a otros y continúan con una actividad lícita: producir y vender copias del material. Éste sería el caso de la reproducción no autorizada de productos digitales —películas, música o libros en formato digital— para su venta o para obtener otro tipo de ganancia mediante la inserción de publicidad en sitios de descarga gratuita de material audiovisual.

Este tipo de actividades tiene características similares a las que han detectado los estudios de la economía informal (Portes, Castells y Benton, 1989). Con frecuencia se trata de estrategias de supervivencia de agentes no hegemónicos frente a la falta de oportunidades económicas (Lins Ribeiro, 2012; Silva de Sousa, 2004). En muchas ocasiones, estas expropiaciones son realizadas en pequeña escala por personas que han encontrado en ellas una fuente de ingresos. Esto no descarta que grupos o

empresas con mayor capacidad económica también las realicen en mayor escala.

EXPROPIACIÓN PARA DESPOJAR

La *expropiación para despojar* consiste en la apropiación ilícita y no autorizada de información y otros recursos digitales con el fin de realizar un robo, fraude o actividad delictiva similar. Aquí se puede incluir el *phishing* o suplantación de identidad y fraudes cibernéticos de todo tipo, mediante los cuales personas o grupos delictivos se apropian de datos y contraseñas de personas o empresas para obtener una ventaja económica, por ejemplo, realizar compras con sus tarjetas de crédito o sustraer fondos de sus cuentas bancarias. En este tipo de actividades fraudulentas ejecutadas por grupos delictivos lo ilícito aparece por partida doble: hay una apropiación no autorizada de información que después se utiliza en una segunda actividad ilegal o incluso delictiva, como un fraude o robo.

Quienes expropian para despojar corresponderían a las características de quienes Moisés Naím (2005) llama traficantes y contrabandistas en su famoso libro *Ilícito*. El problema de Naím es que incluye en la misma categoría no sólo a los delincuentes, sino a todos los actores de la economía informal, sin distinguir tipos de actores, objetivos de sus acciones ni grado de utilización de la violencia.

En el mundo digital es importante distinguir los tipos de expropiaciones, así como diferenciar los dones de los falsos dones, y los intercambios equitativos entre pares de las relaciones asimétricas caracterizadas por la explotación y el rentismo.

Colapso de las clasificaciones simples: matices, formas híbridas y zonas grises

¿Qué sugiere la identificación de estos tipos de interacción en la economía de las redes digitales? Una

primera conclusión es que la diversidad y complejidad del mundo digital hace colapsar cualquier clasificación simple que pretenda reducirlo a dicotomías maniqueas que lo dividan en dos bandos nítidos, ya sean lucro y no lucro, lícito e ilícito, cooperación y competencia, innovación y rentismo, popular y hegemónico. Esas clasificaciones pueden ser útiles como punto de partida, pero requieren ser repensadas, deconstruidas y matizadas.

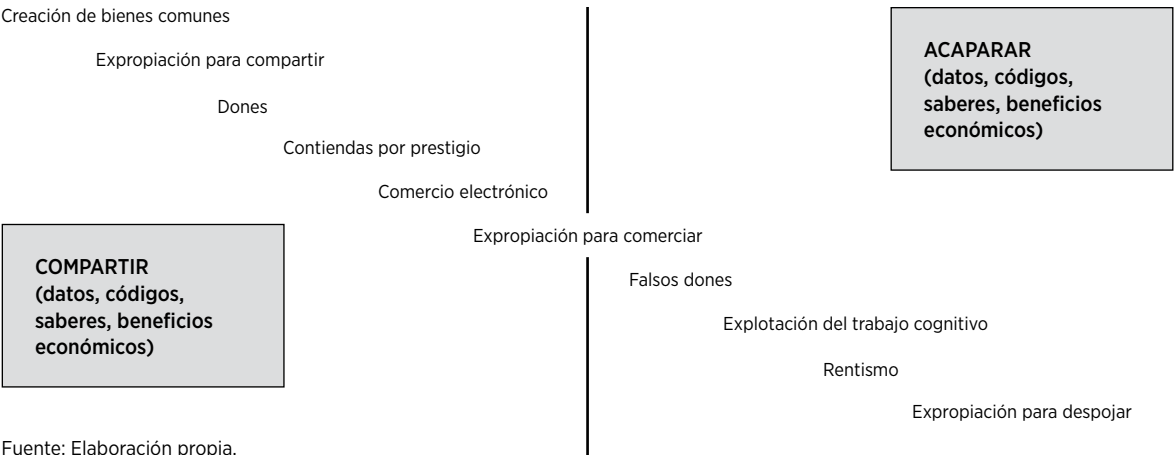
En las diez interacciones descritas podrían distinguirse las que no tienen fines de lucro —intercambio de dones, contiendas por prestigio, construcción de bienes comunes y expropiaciones para compartir— y las que persiguen fines de lucro —comercio electrónico, falsos dones, explotación del trabajo digital, rentismo, expropiaciones para comerciar y expropiaciones para despojar—. Esta distinción ayuda a orientarse en el laberinto, pero es insuficiente porque cada uno de los campos es muy heterogéneo y porque existen elementos de confluencia entre ambos. No todo es altruismo, reciprocidad y creación de comunidad y lazos sociales en las interacciones sin fines de lucro. Muchas de ellas están atravesadas por la búsqueda de estatus y prestigio, por estrategias para acumular diversas formas de capital

—informático, social, simbólico—, por esfuerzos para adquirir recursos de poder y por agendas políticas. Es frecuente que algunos actores aprovechen el prestigio o el capital social adquirido en actividades sin fines de lucro para después obtener beneficios monetarios. Asimismo, en el campo de actividades con fines de lucro encontramos relaciones muy diversas: algunas son de equidad y colaboración entre pares, mientras otras enlazan agentes con recursos de poder muy dispares en relaciones asimétricas. Los modelos de negocio también varían: algunos son innovadores y horizontales, y otros tienden al rentismo y las relaciones jerárquicas.

En lugar de separar con nitidez esos dos campos, puede ser más útil pensar en un *continuum*, en el cual, en uno de los extremos se ubiquen las interacciones que más tienden a compartir, y en el otro, las que tienden a concentrar y acaparar datos, saberes, códigos, beneficios económicos, como se representa en la figura 1.

Por lo que toca al carácter lícito o ilícito de las interacciones, tampoco es fácil trazar una línea precisa que las separe. Lo que para algunos es lícito para otros no lo es. Hay numerosas disputas en torno a la legitimidad o ilegitimidad de muchas actividades.

FIGURA 1. INTERACCIONES DIGITALES EN EL EJE COMPARTIR/ACAPARAR

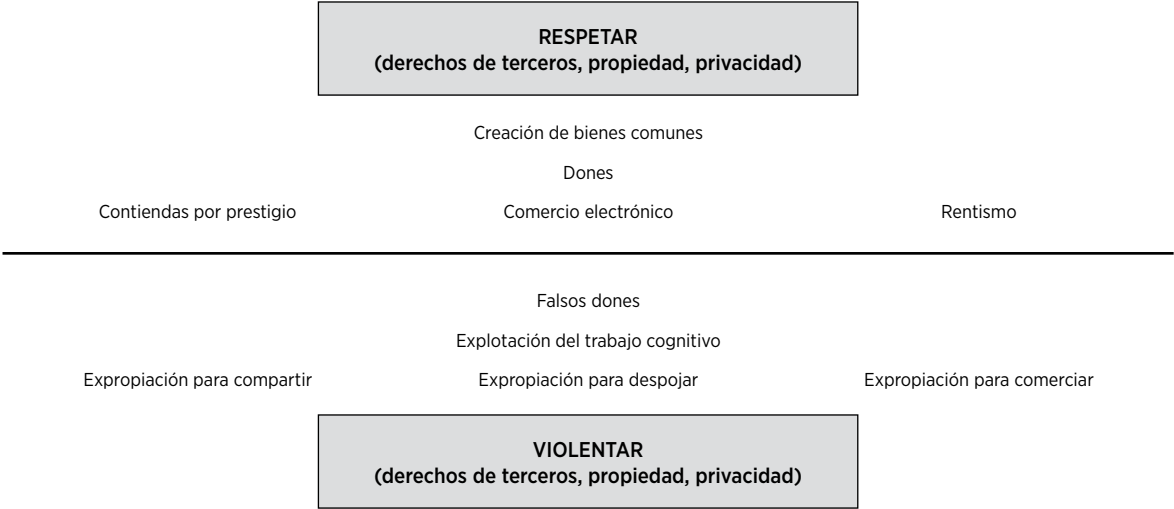


Además, hay zonas grises en varias de las interacciones analizadas, no sólo en las que denominé expropiaciones. Por ejemplo, los falsos dones tienen características muy cuestionables, pues muchas empresas se apropian de datos de los usuarios sin su autorización explícita, o la autorización se encuentra redactada en los textos de las condiciones de uso que casi nadie lee, o la configuración predeterminada de muchas plataformas obliga a compartir datos, de modo que los usuarios tendrían que tomarse la molestia de cambiar esa configuración para evitar que sus datos sean vistos o utilizados por otros. Las prácticas rentistas de Uber, Airbnb y plataformas similares también han sido cuestionadas en términos éticos y hasta legales, porque han afectado derechos de terceros. Como señalan McConell y Smart, las prácticas lícitas e ilícitas no constituyen mundos aparte, se constituyen de manera mutua, han crecido conectadas y existen muchas zonas de ambigüedad (1999: 1). Por ello, en lugar de una distinción simple entre interacciones lícitas e ilícitas, propongo pensar en un *continuum* que se desplace

sobre un eje, que en un extremo concentre las interacciones que promueven y respetan los derechos, la propiedad y la privacidad de los otros, y en el opuesto, las prácticas que los violentan, con las zonas grises en medio (véase la figura 2).

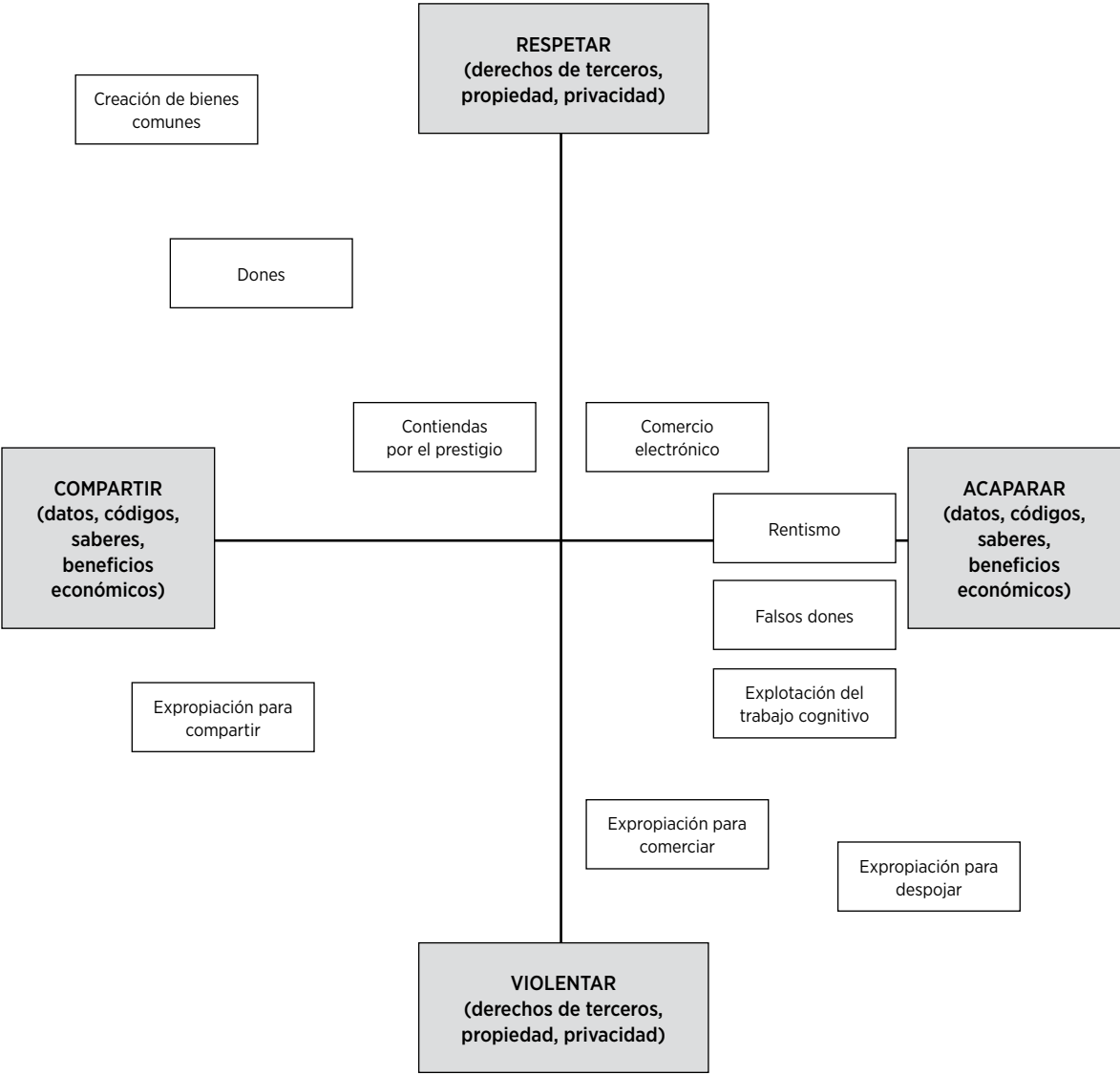
Si se intersectan dos ejes —compartir/acaparar y respetar/violentar— se obtiene la figura 3, que ubica las interacciones en cuatro cuadrantes. Desde la parte superior izquierda, en el sentido de las manecillas del reloj, en el primer cuadrante se encontrarían las interacciones que tienden a compartir saberes y valores, y a respetar a los otros a la vez: creación de bienes comunes, intercambio de dones y contiendas por prestigio —éstas pueden estar en una zona gris en lo que se refiere al respeto hacia los otros—. En el segundo cuadrante están las interacciones que buscan concentrar y acaparar saberes y valores, aunque no violentan especialmente los derechos de terceros: el comercio electrónico y el rentismo, aunque éste en muchas ocasiones cae en una zona gris acerca del respeto. En el tercer cuadrante, abajo a la derecha, están los tipos de interacción que coinciden en

FIGURA 2. INTERACCIONES DIGITALES EN EL EJE RESPETAR/VIOLENTAR



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 3. INTERACCIONES DIGITALES EN LOS EJES COMPARTIR/ACAPARAR Y RESPETAR/VIOLENTAR



Fuente: Elaboración propia.

buscar el lucro y violentar en menor o mayor medida los derechos, la privacidad y la propiedad de otros: falsos dones, explotación del trabajo cognitivo, expropiación para comerciar y expropiación para despojar. La expropiación para compartir es el único tipo de interacción que llega al último cuadrante,

que se caracteriza por el objetivo de compartir información, saberes y recursos digitales sin respetar los derechos de quienes son expropiados.

Cabe insistir en que las interacciones reales casi nunca corresponden en forma pura a alguno de estos tipos ideales. En la práctica, existen múltiples

formas híbridas que combinan las características de dos o más. Por ejemplo, la actividad de numerosos colaboradores de *Wikipedia* es a la vez una creación de bienes comunes y una contienda por prestigio. Quienes suben a la red material apropiado sin autorización a la vez lo comparten y obtienen un beneficio económico —si reciben ingresos por publicidad—. Asimismo, muchos falsos dones son el vehículo para explotar los datos y el trabajo cognitivo de otros. La hibridación también se presenta en interacciones que combinan la colaboración y la competencia.


Reflexión final: ¿qué está en juego en las disputas por la hegemonía en las redes digitales?

La identificación de los tipos de interacción en las redes digitales no es más que un primer paso para explorar la dimensión virtual de la economía. Es fundamental estudiar las relaciones entre los tipos de redes que constituyen el ecosistema digital (Van Dijck, 2016). Un análisis a fondo de la cuestión desborda los objetivos de este texto, pero quisiera concluir con una breve reflexión sobre las disputas por la hegemonía en este campo. Quizá la más importante ocurre entre los cientos de millones de usuarios de las redes —es decir, una porción importante de la población del planeta— y unas cuantas grandes corporaciones que obtienen ganancias exorbitantes mediante los falsos dones, la explotación del trabajo cognitivo, la apropiación del intelecto general y el rentismo. No sólo está en juego qué empresas conquistarán mayores porciones del mercado o qué países crecerán más rápido que otros. Las disputas más importantes tienen que ver con las características que está adquiriendo la economía contemporánea en lo que se refiere a equidad, acceso al conocimiento, respeto a los derechos de los trabajadores y los usuarios de las redes, promoción del bienestar colectivo, innovación y sostenibilidad.

Llama la atención que para lograr la hegemonía en el mundo digital las grandes corporaciones han tenido que buscar nuevos modelos de negocio que ponen énfasis en el carácter gratuito de los navegadores y las aplicaciones, en las relaciones de reciprocidad y en la naturaleza colaborativa de las redes digitales, nociones que forman parte del discurso legitimador del capitalismo contemporáneo (Fisher, 2010; Van Dijck y Nieborg, 2009). Por lo que toca a los recursos digitales —en especial el *software*, los contenidos, las aplicaciones, etc.—, no es tan sencillo cobrar por ellos, porque muchos internautas se oponen a su mercantilización, abandonan sitios que pierden su carácter comunitario original o prefieren recurrir a otros portales que brindan acceso libre. Esto indica que la hegemonía no se ejerce sobre una masa de usuarios inertes, sino sobre personas con capacidad de agencia, que intentan resistirse, de manera individual o colectiva, a la mercantilización del conocimiento, la invasión de su privacidad y la apropiación no autorizada de sus datos y su capital social. En algunos casos, también promueven la creación del procomún digital. Google, Facebook, Twitter y compañías similares no tienen la hegemonía absoluta, no han logrado pleno consenso sobre la legitimidad de sus acciones, se confrontan con y están limitadas por la cultura del acceso libre, de la gratuidad de los recursos digitales y del carácter común del conocimiento.

La evolución de la economía de las redes digitales no está predeterminada por las nuevas tecnologías de la información ni por imperativos sistémicos unívocos. Está sujeta al entrecruzamiento de lógicas diversas y a la agencia de numerosos actores. Si bien los falsos dones y la explotación del trabajo cognitivo —en particular bajo la forma del *googleísmo*— han alcanzado posiciones hegemónicas en los últimos años, también es cierto que coexisten y compiten con otras formas de interacción. Algunas son más cooperativas y están enfocadas en el bienestar colectivo —como el intercambio de dones y la

construcción de bienes comunes digitales—, mientras otras son menos innovadoras —como el rentismo—. Existen diversos horizontes de futuro. En las disputas hegemónicas en este campo está en juego si la riqueza y los conocimientos que se generan y circulan en las redes digitales se distribuyen de manera más o menos equitativa, si los bienes comunes

del conocimiento se ensanchan o se reducen, si en la arquitectura institucional de internet predomina la innovación o el rentismo, si se exacerban o no las tendencias a la concentración y centralización del capital, si se acentúan o se reducen la explotación del trabajo y la expropiación de los conocimientos de quienes se conectan cada día a estas redes. 

Bibliografía

- Benkler, Yochai, 2006, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, New Haven.
- , 2011, *The Penguin and the Leviathan. How Cooperation Triumphs over Self-Interest*, Crown Business, Nueva York.
- Boas, Franz, 1897, "The Social Organization and the Secret Societies of the Kwakiutl Indians", en *Report of the U.S. National Museum for 1895*, United States National Museum, Washington, pp. 311-738.
- Botsman, Rachel y Roo Rogers, 2010, *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins, Nueva York.
- Dijk, José van, 2016, *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Dijk, José van y David Nieborg, 2009, "Wikinomics and its Discontents: A Critical Analysis of Web 2.0 Business Manifestos", en *New Media & Society*, vol. 11, núm. 5, pp. 855-874.
- Firth, Raymond, 1974, *Temas de antropología económica*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Fisher, Eran, 2010, "Contemporary Technology Discourse and the Legitimation of Capitalism", en *European Journal of Social Theory*, vol. 13, núm. 2, pp. 229-252.
- Fuchs, Christian, 2011, "A Contribution to the Critique of the Political Economy of Google", en *Fast Capitalism*, vol. 8, núm. 1, pp. 1-24.
- Fumagalli, Andrea, 2010, *Bioeconomía y capitalismo cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de acumulación*, Traficantes de Sueños, Madrid.
- Geertz, Clifford, 2003 [1973], *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona.
- Girard, Bernard, 2009, *El modelo Google. Una revolución administrativa*, Norma, Bogotá.
- González de Requena, Fernando, 2012, "Política digital y nuevas prácticas tecnológicas", en Néstor García Canclini, Francisco Cruces y Maritza Urteaga (eds.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Ariel/Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa/Fundación Telefónica, Madrid, pp. 229-251.
- Hamel, Gary, 2007, *The Future of Management*, Harvard Business Press, Cambridge.
- Hess, Charlotte y Elinor Ostrom, 2009, "Introduction: An Overview of the Knowledge Commons", en Charlotte Hess y Elinor Ostrom (eds.), *Understanding Knowledge as a Commons. From Theory to Practice*, MIT Press, Cambridge, pp. 3-26.
- Hobsbawm, Eric, 1976, *Bandidos*, Ariel, Barcelona.
- La Jornada, 2015, "Valor de Uber supera 60 mil millones de dólares; más que GM", 2 de diciembre. Disponible en línea: <<http://www.jornada.unam.mx/2015/12/05/economia/028n1eco>>. Consultado el 27 de febrero de 2017.
- Latour, Bruno, 2008, *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor red*, Manantial, Buenos Aires.
- Leadbeater, Charles, 2008, *We-Think: Mass Innovation, not Mass Production*, Profile Books, Londres.
- Lins Ribeiro, Gustavo, 2012, "La globalización popular y el sistema mundial no-hegemónico", en *Nueva Sociedad*, núm. 241, pp. 36-62.
- Malinowski, Bronislaw, 1995 [1922], *Los argonautas del Pacífico Occidental. Un estudio sobre el comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea melanésica*, Península, Barcelona.
- Marx, Karl, 1976 [1857-1858], *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858*, vol. 2, Siglo XXI Editores, México.
- Mauss, Marcel, 1979 [1924], "Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas", en Marcel Mauss, *Sociología y antropología*, Tecnos, Madrid, pp. 155-263.
- McConnell Heyman, Josiah y Alan Smart, 1999, "States and Illegal Practices, an Overview", en Josiah McConnell Heyman (ed.), en *States and Illegal Practices*, Berg, Oxford y Nueva York, pp. 1-24.

- Moulier-Boutang, Yann, 2007, *Le capitalisme cognitif: la nouvelle grande transformation*, Éditions Amsterdam, París.
- Naím, Moisés, 2005, *Illicit: How Smugglers, Traffickers, and Copycats Are Hijacking the Global Economy*, Doubleday, Nueva York.
- Ortega, Felipe y Joaquín Rodríguez, 2011, *El potlach digital. Wikipedia y el triunfo del procomún y el conocimiento compartido*, Cátedra, Madrid.
- Ostrom, Vincent y Elinor Ostrom, 1977, "Public Goods and Public Choices", en Emanuel S. Savas (ed.), *Alternatives for Delivering Public Services: Toward Improved Performance*, Westview Press, Boulder, pp. 7-49.
- Perea, Christian, 2016, "What's the Real Commission that Uber Takes From Its Drivers?", en The Rideshare Guy Blog, 25 de julio. Disponible en línea: <<http://therideshareguy.com/whats-the-real-commission-that-uber-takes-from-its-drivers-infographic/>>. Consultado el 27 de febrero de 2017.
- Piketty, Thomas, 2013, *Le capital au XXI^e siècle*, Éditions du Seuil, París.
- Polanyi, Karl, 2008 [1957], "El sistema económico como proceso institucionalizado", en Paz Moreno (comp.), *Entre las gracias y el molino sa-tánico. Lecturas de antropología económica*, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, pp. 233-259.
- Portes, Alejandro, Manuel Castells y Lauren Benton, 1989, *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Raymond, Eric S., 2003, "Hacker Ethic", en *The Jargon File*, versión 4.4.7. Disponible en línea: <<http://www.catb.org/jargon/html/H/hacker-ethic.html>>. Consultado el 16 de enero de 2017.
- Ricardo, David, 1959 [1817], *Principios de economía política y tributación. Obras y correspondencia*, vol. 1, Fondo de Cultura Económica, México.
- Rifkin, Jeremy, 2014, *La sociedad de coste marginal cero. El internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*, Paidós, Barcelona.
- Rosas, Mari T., 2013, "Google revela cuánto pagó por Waze", en *Conéctica*, 23 de julio. Disponible en línea: <<https://conectica.com/2013/07/26/google-revela-cuanto-pago-por-waze/>>. Consultado el 27 de febrero de 2016.
- Silva de Sousa, Rosinaldo, 2004, "Narcotráfico y economía ilícita: las redes del crimen organizado en Río de Janeiro", en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 66, núm. 1, pp. 141-192.
- Smith, Adam, 1958 [1776], *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Stiglitz, Joseph, 1983, "Alternative Approaches to the Analysis of Markets with Asymmetric Information", en *American Economic Review*, vol. 73, núm. 1, pp. 246-249.
- Tapscott, Don y Anthony Williams, 2009, *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*, Bolsillo, Barcelona.
- Vercellone, Carlo, 2007, "From Formal Subsumption to General Intellect: Elements for a Marxist Reading of the Thesis of Cognitive Capitalism", en *Historical Materialism*, vol. 15, núm. 1, pp. 13-36.
- , 2011, *Capitalismo cognitivo. Renta, saber y valor en la época posfordista*, Prometeo, Buenos Aires.
- Virno, Paolo, 2007, "General Intellect", en *Historical Materialism*, vol. 15, núm. 3, pp. 3-8.
- Wright, Erik Olin, 2015, *Construyendo utopías reales*, Akal, Madrid.