



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE SOCIÓLOGO CON MENCIÓN
EN DESARROLLO

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA WEB 2.0 COMO CAMPO SOCIAL. *UNA INTERPRETACIÓN
BOURDIEUANA PARA COMPRENDER LA LÓGICA DE PARTICIPACIÓN EN REDES
SOCIALES DIGITALES*

JULIÁN EMILIO SORIA DELGADO

WLADIMIR SIERRA
DIRECTOR

QUITO, 2018

Resumen

La sociología no puede entender la actual estructura del orden social si no incluye en sus indagaciones el reconocimiento del poder que tiene la tecnología y la cultura digital sobre las prácticas humanas. La tecnología digital constituye una parte trascendente de la realidad social, se convierte en una condición objetiva (como si se tratase de un *a priori*), casi inevitable y parte de los procesos de socialización que construyen al agente. Para esclarecer el poder que la tecnología digital tiene sobre la sociedad, seleccionamos una de las tecnologías más importantes para el desarrollo ulterior de Internet y demás tecnologías digitales, a saber, la web 2.0. Precisamente porque el modelo de la web 2.0 le otorga un peso fundamental a la participación social, (es decir, funciona sólo gracias a la participación y cooperación entre usuarios que comparten y crean de manera conjunta el contenido que circula en Internet), nos hemos abocado a comprender no sólo la lógica social que subyace en la participación, sino la historia de las estructuras sociales que fundaron a la web 2.0, y que son la condición *sine qua non* de toda estrategia e inversión dentro de este micro-universo social. Mediante el concepto de “campo” de Pierre Bourdieu (y demás herramientas conceptuales de la teoría de la práctica), hemos propuesto entender a la web 2.0 como un espacio social donde se disputa y construye el *sentido* del mundo (se lucha por una forma específica de capital y reconocimiento social). No sin antes aclarar los procesos sociales e históricos que constituyen a Internet, procesos que corresponden a la regeneración del capitalismo contemporáneo (a saber, el paso del industrialismo al informacionalismo). En pocas palabras, esta es una indagación teórica basada en la teoría de la práctica, que busca contribuir a la comprensión de la cultura digital, especialmente a la forma de estructuración social del mundo digital (el poder que funda al mundo digital), y las prácticas sociales dentro de redes sociales derivadas de la arquitectura de la web 2.0.

Palabras clave: web 2.0, campo, cultura digital, neoliberalismo, informacionalismo, redes sociales, esnobismo, teoría de la práctica.

Abstract

Sociology can't understand the current structure of the social order if it doesn't include, in their inquiries, the recognition of the power that digital technology and digital culture have over human practices. Digital technology is a transcendent part of social reality, it turns into an objective condition (as if it were an *a priori*), almost unavoidable, and part of the socialization processes that build all agents. To clarify the power that digital technology have over society, we pick one of the most important technologies for the further development of Internet and else digital technologies, namely, web 2.0. Precisely because the web 2.0 model is basically based in social participation, (that is to say, it works only thanks to participation and cooperation between users that share and create together the content that circulate on the Internet), we have doomed to understand not only the underlying social logic of participate in social media, but also the history of the social structures that founded web 2.0, and that are a *sine qua non* condition for all strategies and investments into this social micro-universe. Through the Bourdieu's concept of “field” (and other conceptual tools from the theory of practice), we have proposed to understand web 2.0 as a social space where agents dispute and build the *sense* of the world (a space where agents fight for a specific form of capital and social recognition). Not before clarify the historical social processes which form part of the constitution of Internet. Social processes that correspond to the contemporary capitalism regeneration (namely, the passage from industrialism to informationism). In few words, this work is a theoretical inquiry based in Bourdieu's

practice theory that seeks to contribute to the understanding of digital culture, specially focused on the understanding of the forms of structuring the digital world (the power on which the digital world rests), and the social practices inside web 2.0 social media.

Key words: web 2.0, field, digital culture, neoliberalism, informationism, social media, snobbery, practice theory.

Dedicatoria

Para Viviana, mi libido sciendi

Agradecimientos

No hay forma de retribuir la totalidad del apoyo que mis padres me dieron no solo para este trabajo, sino para el sustento de mi vida en todos sus aspectos. Me han dado todo a cambio de un tácito agradecimiento de mi parte que nunca será suficiente. Sépase que la base espiritual de todas mis ideas es fruto no sólo del bienestar material que he gozado gracias a sus enormísimos esfuerzos, sino también a las largas conversaciones apasionantes que, en el fulgor de la sobremesa, ayudaron a forjar mi deseo y ansias de conocer. Este trabajo sólo pudo realizarse gracias a ellos, a su amor y confianza.

Quisiera agradecer a mi hermano, quién me acompañó, con enardecidos debates, durante todo el proceso de investigación. A él le debo reflexiones que nacieron de su crítica y profunda atención. Al equipo de investigación “Sociedad y Tecnología Digital”, agradezco su amistad y por brindarnos tanto el espacio para exponer nuestras ideas, como el material bibliográfico fundamental para la comprensión del mundo digital. A mi director de tesis, por su amistad y el importante conocimiento brindado sobre cultura digital. A mis profesores de sociología, por la pasión y compromiso con la docencia. Con especial admiración y cariño a Nelson Reascos, blasón de nuestra escuela de sociología, quien con su acerado e incisivo espíritu crítico, su inconformidad radical con la desigualdad social, y su jovialidad, transmitió, a toda nuestra generación, precisamente ese *ethos* crítico tan fundamental para mi investigación.

Por último agradezco a todas las personas interesadas en leer estas páginas. Espero que en ellas encuentren: un arsenal de herramientas para interpretar su realidad, alguna razón para criticar el aparente orden natral de las cosas, y provocar incomodidad, ira y hastío a la tranquilidad de su vida cotidiana. Esta es una investigación dedicada a la lucha contra la absurda creencia en el cinismo y la ingenua y ridícula noción de ataraxia. Espero que en estas líneas se dibuje algo de la pasión por mi *libido sciendi*.

Índice

Introducción	9
Contexto histórico de la web 2.0.....	15
1.1. Introducción	15
1.2. El paradigma informacional o las condiciones históricas que permitieron el desarrollo de la web 2.0	19
1.2.1 Transformaciones tecnológicas hacia el informacionalismo.....	22
1.2.2 La historia económico-política del capitalismo informacional y “el nuevo espíritu del capitalismo”	38
1.3. ¿Qué es la web 2.0?.....	64
Estructura del campo Web 2.0	69
2.1. Introducción	69
2.2 Las categorías <i>poder simbólico</i> y <i>conatus</i> como heurística para explicar los campos.....	72
Sobre la teoría de la práctica	72
Los campos.....	84
2.3. La web 2.0 como estructura objetiva.....	87
2.3.1. La estructura de la web 2.0 frente al campo del poder.....	95
2.3. <i>Illusio</i> y tomas de posición en la web 2.0	102
2.3.1. <i>Allodoxia</i> y <i>héxis</i> corporal en la web 2.0 (aleccionamiento práctico y estrategias de reproducción dentro del campo).....	105
2.3.2. El <i>influencer</i> como cenit de la autoridad snob	109
Conclusiones	112
Bibliografía	116

Tabla de gráficos

Gráfico 1 Factores de los procesos de autonomización del campo	96
Gráfico 2 Representación del campo web 2.0 frente al campo del poder	98
Gráfico 3 Estructura jerárquica del campo y tomas de posición	99

Introducción

El mundo social está en el cuerpo

(Bourdieu, Lección sobre la lección, 2002)

La cuestión de la *legitimidad* de una existencia, del derecho de un individuo a *sentirse justificado de existir como existe*, es una cuestión inseparablemente escatológica y sociológica.

(Bourdieu, Meditaciones Pascalianas , 1999)

Dijo Tennyson que si pudiéramos comprender una sola flor sabríamos quiénes somos y qué es el mundo. Tal vez quiso decir que no hay hecho, por humilde que sea, que no implique la historia universal y su infinita concatenación de efectos y causas. Tal vez quiso decir que el mundo visible se da entero en cada representación, de igual manera que la voluntad, según Schopenhauer, se da entera en cada sujeto. Los cabalistas entendieron que el hombre es un microcosmo, un simbólico espejo del universo; todo, según Tennyson, lo sería. Todo, hasta el intolerable Zahir.

(Borges, El Aleph, 2012)

En el cuento de Borges, *el Zahir*, se narra cómo un hombre (Borges se toma a sí mismo como personaje principal) queda irrevocablemente embelesado por la imagen de un objeto cualquiera: el blasón de una moneda común de veinte centavos, el Zahir. Al hombre le llega la moneda como un fenómeno ineludible (al recibir el vuelto de una caña), al verla queda confinado a su imagen hasta el punto de saberse sumergido en ella, como si fuese lo *único que le ha sucedido en el mundo*. Un *Erlebnis* absoluto, su mundo se ha reducido a una experiencia vivida interiormente. Pero Borges pasa de la plena complacencia con el objeto hacia la angustia de no poder borrar al Zahir de su mente. Cuando, en la angustia de arrancarse de su cabeza el blasón imborrable, busca la manera de terminar con su mal, descubre un libro que termina por consumir su desgracia. En él lee: “*Zahir*, en árabe, quiere decir notorio, visible; en tal sentido, es uno de los noventa y nueve nombres de Dios; la plebe, en tierras musulmanas, lo dice de “los seres o cosas que tienen la terrible virtud de ser inolvidables y cuya imagen acaba por enloquecer a la gente”” (Borges, 2012, pág. 137). Cuando se da cuenta que su maldición es infranqueable dice: “recuerdo la desesperación cuando comprendí que ya nada me salvaría, el intrínseco alivio de saber que yo no era el culpable de mi desdicha, la envidia que me dieron aquellos hombres cuyo Zahir no fue una moneda sino un trozo de mármol o un tigre” (Borges,

2012, pág. 139). El hombre tragado por ese pequeño pedazo del mundo no resuelve jamás desligarse del Zahir, queda exiliado del universo y confinado al Zahir.

Esta experiencia de la imagen imborrable (sempiterna, imperecedera e inolvidable) con la moneda, es contrastada por la experiencia que Teodelina Villar tiene con él mundo. A diferencia del blasón invariable del Zahir, Teodelina es un personaje comprometida con convertirse en una efigie de la moda, aunque “las normas de su credo no eran eternas, sino que se plegaban a los azares de Paris o Hollywood” (2012, pág. 132). Buscaba desesperadamente colocarse en la vanguardia de la belleza para conquistar una jerarquía que nunca llegaría a estacionarse, porque su imagen estaba condenada a la caducidad de todas las modas. Teodelina era un Zahir jamás logrado (quería ser imborrable para la mirada de otros), personaje que está obsesionada por lo *snob*, luchando sin resultados por una inmortalidad inalcanzable. Teodelina “buscaba lo absoluto en lo momentáneo (...) ensayaba continuas metamorfosis, como para huir de sí misma; el color de su pelo y las formas de su peinado eran famosamente inestables” (Borges, 2012, pág. 132). Cuando Teodelina muere, mueren las múltiples imágenes de sí misma y los múltiples rostros que ensayó para inmortalizar la belleza se extinguieron en el absurdo suceso de morir.

Una de las interpretaciones que podríamos hacer de este cuento es la relación entre la interminable búsqueda de Teodelina por el reconocimiento social (la jerarquía y la autoridad que supuestamente le daría el esnobismo), y el brillo del blasón inmutable de la moneda Zahir. Ese brillo del Zahir al que se clausuró el mundo de Borges, es el mismo brillo que buscaba Teodelina encarnar. En ambas, el brillo puede traducirse como “el mundo”. Pero lo que difiere es su posición frente al mundo (frente al brillo): la de Teodelina comprometida por alcanzar algo de ese brillo y la de Borges de sofocarse por el mismo brillo. O dicho de otro modo, por un lado, jugárselas por el mundo (por el reconocimiento y la búsqueda de jerarquía), por estar en el cenit del mundo; y por el otro lado, el asco ineludible de estar tragado por el mundo. El Zahir de Borges en su cabeza es una metáfora del mundo, pero un mundo sin encanto, o, visto de otro modo, un mundo donde es visible el encanto. Por otro lado, la mirada que Teodelina tiene del mundo no es del todo aborrecedora, al contrario, ella ve en el mundo aquello que el Zahir le priva a Borges: “la diferencia”, y en la diferencia las múltiples opciones de encantarse en el mundo. Aunque su encanto/padecimiento en el mundo sea totalmente inconsciente.

Pero hay algo que antecede a ambas posiciones, y es el propio mundo. El mundo le antecede a la búsqueda o el padecimiento por el mundo. El mundo es una objetividad previa, (la moneda estaba ahí antes de que Borges la reciba en un vuelto, y la mirada del público mundano estaba antes de los múltiples estilos de Teodelina), y, como objetividad que es, construye a sus agentes. Lo que queda

invisibilizado en ambos casos es el sistema de valores propio de sus posiciones, es decir, lo que se sustrae es que en ambas posiciones no está cuestionada la posición, y por ende, tanto las apuestas de Teodelina por *luchar por él mundo*, como de Borges de *vivir en el desencanto del mundo*, son reproducciones del mundo que actúa sobre ellos.

La angustia de haber hecho inolvidable al Zahir, la angustia de verse doblegado a repetir interminablemente la imagen del Zahir en la cabeza (de ver en todas partes el blasón de una moneda), no es un embrujo embrutecedor (del que podría deshechizarse); todo lo contrario, es una toma de consciencia de ese *absurdo* destino de los hombres a ser necesaria e inconscientemente tragados por el mundo. Ahí reside la relación entre Teodelina y el Zahir, en el interminable ciclo de repetir una y otra vez la condena de padecer por y consagrarse en el mundo (que se incorpora en el cuerpo y que se hace cuerpo). Ambos destinos fatales, la búsqueda de reconocimiento de Teodelina y la condena del inolvidable Zahir, son expresiones de la sumisión *dóxica* al mundo, o la complicidad ontológica con un mundo previamente estructurado como objetividad inevitable. Nadie puede escapar del mundo social.

¿No es la participación en redes sociales una interminable búsqueda de la mirada de los otros? ¿No es “el mundo digital” una objetividad inevitable, una de las múltiples formas que adopta el mundo social? ¿No es la participación en el mundo digital algo así como la condena a un Zahir? ¿No es la imagen digital que colgamos en nuestros perfiles de usuario la búsqueda de ser un sello imborrable en la retina de otros? ¿No es el mundo digital un mundo asediado de Teodelinas? ¿No hay en el mundo digital algo así como una inclinación inmanente a la exhibición, donde los agentes están arrojados a la casi inevitable condena de padecer por pretender ser inolvidables? ¿No se habrá enterrado ya en nuestra mente y en nuestro cuerpo unas maneras de ser propias del mundo digital, que hacen imposible ver la lógica y la estructura de ese mundo? ¿Cuál es el verdadero sentido de nuestra participación dentro de las *social media*? ¿Cómo llegó a convertirse en un mundo objetivo? ¿Cómo llegó a convertirse en parte de nuestras prácticas? ¿A qué realmente nos abocamos al “abrir una cuenta de usuario”?

Esta investigación tiene la intención de desentrañar la lógica práctica de nuestra inmersión en el mundo digital. Hemos historizado al “mundo digital”, hemos seguido el hilar de su tejido histórico, de las relaciones y procesos históricos que le proporcionaron su forma (estructura) actual. Proporcionando unas herramientas teóricas que permiten su observación y objetivación, sin dejar de ser conscientes que estamos involucrados dentro de nuestro objeto de investigación. Esta es una investigación que busca desentrañar nuestro sentido común y el lenguaje corriente que tenemos sobre el mundo digital. Es un “autoanálisis”, una toma de conciencia que somos parte del mundo que

pretendemos describir, que ya están insertadas unas disposiciones dentro de nuestra propia apreciación del mundo digital.

Hemos tomado prestado la categoría “web 2.0” para reunir no solo las representaciones que tenemos sobre lo que llamamos habitualmente “mundo digital”, sino a la propia forma de Internet que permite el intercambio de información. Bajo esta categoría rastreamos unas estructuras históricas que reviven al momento de participar dentro de plataformas de la web 2.0. Presentamos de qué forma nuestra participación y consumo de redes sociales se ancla dentro de unos procesos históricos específicos y reproduce la misma historia. Vemos de qué forma la participación dentro de la web 2.0 crea una forma de percibir la realidad y construye a sus agentes insertándolos en una serie de regularidades específicas que comparten todos los usuarios de la web 2.0. Al ser una realidad objetiva, construye unas disposiciones objetivas para su uso.

Hemos rastreado la forma en que la web 2.0 construye, bajo sus propias estructuras históricas, una *libido* en el usuario, es decir, un interés en participar dentro de este espacio social. Proponemos ver a la web 2.0 como un banco de recursos simbólicos, un espacio que en su participación se compite por la obtención de unos recursos simbólicos. El interés de tener una cuenta de cualquier red social, de participar en ellas, de *mostrarse* en espacios de escrutinio de la mirada pública, de desear su propia exhibición, no ocurre sino es a costa de una gran empresa de universalización de las prácticas. Dentro de la web 2.0 circulan las representaciones de unos estilos de vida deseables (socialmente reconocidos), y, por lo tanto, la promesa de alcanzar asemejarse a esos estilos de vida (por lo menos de manera virtual). La web 2.0, como proponemos comprenderlo, es el vehículo por el cual se difunde un orden social identificable.

En este trabajo tenemos por propósito ver el peso y el papel que juega la web 2.0 dentro del balance de fuerzas que luchan por la imposición del “principio dominante de dominación”. En otras palabras, averiguar si la web 2.0 tiene algún poder efectivo sobre la estructura del poder, si la web 2.0 puede llamarse un campo, y si está estructurado como un campo, preguntarnos por el capital específico que está en juego.

En nuestra investigación proponemos comprender a la web 2.0 como un espacio social apoyado en unas estructuras sociales que lo gobiernan y que existe un proyecto político que tiene interés en su desarrollo, a saber, el neoliberalismo. En nuestro análisis histórico veremos cómo la reestructuración del capitalismo necesita de las tecnologías digitales para su proceso de difusión; y cómo necesita construir agentes que se adapten a sus nuevas exigencias. A través de la explicación de Castells sobre el *informacionalismo*, vemos cómo las tecnologías digitales ayudan tanto a la descentralización de

los procesos productivos como al aleccionamiento de individuos funcionales a esta nueva forma de producción, a saber, a convertirse en trabajadores especialistas-multifuncionales, empresarios de sí mismos.

Lo que nos interesa son *los efectos prácticos* del mundo digital sobre los agentes. Nos sustentamos en la teoría de la práctica de Pierre Bourdieu porque nos permite tener un doble enfoque: tanto de la forma en cómo identificar los poderes y las estructuras que configuran a los espacios sociales, y por otro lado, identificar los procesos de construcción de las estructuras mentales que los agentes ponen en funcionamiento para reproducir las estructuras del espacio social. La teoría de Bourdieu, por ser principalmente histórica, nos permite cuestionar nuestras prácticas y encontrar su sentido.

La categoría de “campo” nos ayuda a demostrar que las acciones de los agentes dentro de los diferentes espacios sociales son acciones en búsqueda de sentido, que no por ser subjetivas dejan de estar estructuradas por poderes pre-existentes. Creemos que dentro de la web 2.0 existe una serie de luchas por el sentido del mundo, luchas de agentes que buscan encontrar sentido al mundo. Pero como estas luchas permanecen en estado inconsciente, y puesto que de alguna forma se heredan, las luchas por el sentido del mundo ocurren como luchas prácticas y en forma de sentido práctico. Los universos sociales tienen ese poder de aparecer como necesidades absolutas y “lógicas” porque los agentes que participan en el juego ya están comprometidos (se ven a sí mismos y encuentran sentido a su vida gracias a los valores del propio campo) dentro de la reproducción de su orden social. ¿Cómo ocurre esto en la web 2.0?

La base empírica de esta investigación la proporciona la misma inmersión dentro de la web 2.0. La labor empírica (aunque debería decir realmente, la condición empírica inseparable de la investigación) fue urdir la violencia simbólica invisibilizada dentro de la propia participación en redes sociales, en chats, en plataformas digitales, en el uso de tecnologías digitales de la vida diaria. Nuestra propuesta es proporcionar unos lentes de enfoque para permitirnos observar nuestras propias prácticas, conocer la posición de nuestro punto de vista y como este punto de vista está influenciado (estructurado) por la web 2.0.

Adequando la forma de pensamiento de Bourdieu a nuestro tema, valdría decir que el hecho de proponerse pensar sobre la web 2.0 implica “tomar por cuenta propia” las categorías de pensamiento producidas por la web 2.0 y, consecuentemente, “a no reconocer la verdad más fundamental de éste” (1997). En efecto, por estar implicados dentro del propio campo, tendemos a desconocer las categorías de pensamiento construidas dentro del propio campo. A continuación haremos una génesis

de estas categorías que se sustraen por el hecho de estar implicados en la web 2.0 (que dentro de nuestros esquemas mentales funcionan objetivamente a manera de juicios o prácticas en la web 2.0).

Esta es una investigación teórica dividida en dos capítulos. El orden de cada capítulo está pensado para que el lector encuentre en el primer capítulo las bases históricas (los procesos históricos relevantes) que sustentan nuestra propuesta teórica (expuesta en el segundo capítulo), a saber, que la web 2.0 puede comprenderse bajo el concepto de campo.

En el primer capítulo presentamos una breve historia de las transformaciones tecnológicas que dieron paso a lo que Castells llama “paradigma informacional”, seguido por una decodificación de los procesos históricos que constituyen la condición de estructura objetiva de la web 2.0, y una breve descripción de lo que significa el modelo “web 2.0”. En el segundo capítulo presentamos la heurística de la teoría de la práctica y el concepto de campo. Para evitar la separación del objeto de investigación y los conceptos teóricos, hemos decidido explicar mejor los conceptos al utilizarlos para explicar a la web 2.0. Por esta razón, en el segundo capítulo están entretejidas nuestra indagación teórica y la caja de herramientas conceptuales. No ha podido ser de otra forma, las herramientas sólo tienen sentido al desarmar cualquier objeto.

Capítulo I

Contexto histórico de la web 2.0

La relación histórica de las revoluciones tecnológicas (...) muestra que todas se caracterizan por su *capacidad de penetración* en todos los dominios de la actividad humana no como una fuente exógena de impacto, sino como el paño con el que está tejida esa actividad.

(Castells, La sociedad red, 2011).

Las maquinas también ~~haeen~~ [son] política

(Zuazo, 2015)

1.1. Introducción

Para evitar cualquier explicación burda, simple y descontextualizada de la web 2.0, no comenzaremos por definir qué es lo que significa. En su lugar, realizaremos una revisión histórica de la *emergencia* de esta tecnología, con el objetivo de visualizar el conjunto de *relaciones de fuerzas* que se esconden tras la normalización que hoy en día gozamos gracias al uso/consumo permanente, acostumbrado y masivo de las tecnologías 2.0. Además, nos proponemos mostrar la manera en que la web 2.0 es un reflejo de las grandes transformaciones de la historia socioeconómica contemporánea. Puesto que, con la incorporación de las actuales tecnologías digitales, no sólo se han transformado globalmente las formas de comunicación, sino (y es justamente esto lo que le antecede) se han actualizado y transformado la forma de producción capitalista y, por ende, de entender y construir la economía.

No es posible lanzar definiciones anticipadas de la web 2.0 sin reproducir su propia obnubilación. Eso fomentaría el pleno desconocimiento de lo que significa realmente la lógica de participar dentro de este, así llamado, *mundo digital*. Para evitar la mistificación de la web 2.0, que se refuerza con un vocabulario futurista (con la complicidad inconsciente de múltiples actores, entre ellos, empresas online, medios de comunicación, colegios y escuelas, el propio Estado, etc., que ayudan a circular nuevos términos para reforzar e imponer una *visión universal* sobre el mundo, y legitimar su posición dentro de un juego donde la lógica es “estar actualizado”) que, parafraseando a Bourdieu, “bajo la apariencia de describir, construye el hecho social”, es necesario socavar los fundamentos que le antecede a la constitución de Internet, o, mejor dicho, las condiciones sociales, económicas, políticas

y culturales que hicieron posible y ayudaron a la construcción del mundo digital plasmado en Internet. En otras palabras, no podemos hablar de la web 2.0 sin antes entender cómo surge Internet y cómo este último representa un bastión fundamental para los procesos históricos que le antecedieron.

Vale recordar que la misma metodología de análisis en Bourdieu es histórica. Como señala Alicia Gutiérrez:

en la perspectiva analítica de Pierre Bourdieu, la dimensión histórica atraviesa la vida individual y colectiva como historia objetivada en las cosas y como historia incorporada bajo la forma de *habitus*. (...) Bourdieu propone que la historia es consecuencia del encuentro “casi milagroso” entre las estructuras objetivadas que están fuera de los agentes (la historia hecha cosa) y las estructuras incorporadas en los individuos biológicos (la historia hecha cuerpo) (2016, pág. 477; 479).

En otras palabras, en nuestro propósito de someter a análisis histórico a la web 2.0, no nos inclinaremos al mero recuento cronológico de acontecimientos. Lo que realizaremos es una exploración de las estructuras históricas (tanto objetivas –posición– como subjetivas –disposición–) que permitieron la emergencia de la web 2.0, y que *reviven*, o persisten en el presente, a manera de sistema de disposiciones sintonizadas a regularidades en el cuerpo, *habitus*, y en las cosas, *hábitat* (Bourdieu, 1999). En definitiva, para una correcta contextualización histórica, nos anclaremos en la tesis bourdieuana del *encuentro de dos historias*: “ (...) la historia hecha cuerpo y la historia hecha cosa, o, más precisamente, entre la historia objetivada en las cosas, en forma de estructuras y mecanismos (los del espacio social o los campos), y en historia encarnada en los cuerpos, en forma de *habitus*, complicidad que establece una relación de participación casi mecánica entre estas dos realizaciones de la historia” (Bourdieu, 1999, pág. 198). De esta manera, haremos visible, por un lado, las estructuras cognitivas que el agente (histórico por antonomasia) pone en funcionamiento para la comprensión inmediata del mundo (del mundo digital, que, al fin de cuentas, se incorpora en el *sentido común*). Estructuras cognitivas que son producto de la incorporación de las estructuras objetivas del mundo en el que actúa (Bourdieu, 1999). Y, por otro lado, la forma de las actuales estructuras objetivas atravesadas por el informacionalismo, que configuran tanto la distribución de la riqueza social, como los mecanismos que tienden a garantizar la reproducción de esa distribución (la web 2.0 es también una nueva forma de organización del poder). Así, dejaremos trazado el mapa para comprender de qué manera podría ser la web 2.0 un campo.

Tomando en cuenta las consideraciones anteriores, creo pertinente demarcar el intervalo histórico en el que se contextualiza mi objeto de investigación. A saber, debido a que la emergencia de la web 2.0 es el resultado de una serie de revoluciones tecnológicas en la segunda mitad del siglo XX, posteriores a la Segunda Guerra Mundial, debemos remitirnos a las primeras experiencias de esta larga cadena de transformaciones tecnológicas (a muy corto plazo), basadas en la electrónica, hasta llegar al desarrollo de Internet. Además, analizaremos las razones y condiciones históricas que impulsaron el desarrollo acelerado de las tecnologías de la información, y cómo estas se volvieron la arquitectura material para el actual capitalismo informacional. De esta manera, aclararemos por qué Internet (y, por ende, de la web 2.0) resulta tan importante para comprender la economía y sociedad contemporánea.

La web 2.0, como toda tecnología, es un producto de la cultura, o, mejor dicho, un producto de la historia. Es el reflejo de la sociedad en sí misma: de su sistema de reproducción social (de, como diría Echeverría, sus capacidades productivas y sus necesidades de disfrute). Si bien es cierto, no podemos reducir a la tecnología como mera ideología, si podemos creer que la tecnología es el reflejo de *un modo objetivo de existencia*, es decir, una condición histórica que refleja cierto tipo de relaciones sociales históricamente desarrolladas. Lo que significa que en la web 2.0 subyacen unas estructuras sociales y formas de reproducción social que, debido a su condición de “modo objetivo de existencia”, se escapan de la conciencia del hombre y se imponen como casi como “naturaleza” o, en términos braudelianos, como “vida material”.

La tecnología es una *condición*, es decir, es el nexo *sine qua non*, en el que los agentes reproducen su existencia. Siguiendo la vieja tesis marxiana: “Los medios de trabajo no son solamente el barómetro que indica el desarrollo de la fuerza de trabajo humano sino también el exponente de las relaciones humanas dentro de las que se trabaja” (Marx, 2015, pág. 164). ¿Es justo hablar de “medios de trabajo”, cuando nos referimos a la web 2.0? Ciertamente, este problema trataremos de resolver a lo largo del capítulo. Sin embargo, debemos aclarar la complejidad del tema que queremos dilucidar. Puesto que la web 2.0 no es sólo una herramienta de trabajo, sino, un *microuniverso social* que engloba un sin número de metáforas creadas por la misma sociedad, nos encontramos ante un producto cultural que no puede reducirse a explicaciones simples.

Creemos que la web 2.0 marca un hito en la actual historia del capitalismo informacional, y, por lo tanto, refleja cómo el actual régimen de producción capitalista colaboró a adaptar y transformar tanto los sistemas de comunicación globales, como las relaciones económicas y sociales (formas de percibir y construir el mundo). En otras palabras, la web 2.0 es el resultado del paradigma de la sociedad contemporánea (el informacionalismo, como veremos a lo largo del capítulo), en toda su complejidad,

desde sus sistemas productivos, pasando por sus formas de comunicación, como sus formas de disfrute. Por esta razón, nos enfocaremos en realizar una plena explicación histórica del informacionalismo, para dilucidar las estructuras sociales que subyacen en la web 2.0.

Por último, quiero plantar una idea previa para introducir el siguiente análisis histórico. A continuación se encuentra la explicación del surgimiento de un paradigma¹, en el pleno sentido de Kuhn, que sólo adquiere total sentido cuando demarcamos la amalgama de problemas y modelos para su solución. Es decir, este paradigma aparecerá ante nuestros ojos sólo cuando seamos capaces de reconocer el *conflicto* que le subyace. Un conflicto, o una disputa, por *reordenar* el mundo, por imponer una visión del mundo y construirlo a su imagen ideal, una disputa plenamente por el mundo (que en muchas de sus aristas se convierte en una *lucha* –en el sentido bourdieuano de lucha– por la hegemonía económica, política e ideológica).

¹ Es necesario aclarar algo antes. Como Kuhn menciona en “la estructura de las revoluciones científicas”, el hecho de que cambie un paradigma para cualquier ciencia, no significa que vaya a cambiar la vida cotidiana, esta sigue igual. “(...) el historiador de la ciencia puede sentirse tentado a proclamar que cuando los paradigmas cambian, el mundo mismo cambia con ellos (...) Por supuesto, no sucede nada de eso: no hay transplatación geográfica; fuera del laboratorio, la vida cotidiana continúa como antes” (2004, pág. 176). Las revoluciones científicas no se esparcen de inmediato en el mundo. Al contrario, en la complejidad de los mundos sociales, el mundo científico es, siguiendo a Bourdieu, un campo relativamente autónomo y aislado tradicionalmente de las exigencias de la vida cotidiana. Por lo tanto, si una visión homogeneizadora de la realidad social no representa ni superficialmente la complejidad de las relaciones sociales y sus grupos, peor aún una tesis que asegure que con el cambio hacia el paradigma informacional es sinónimo de un cambio de las estructuras sociales. No tratamos de decir que la tecnología informacional ha conquistado las estructuras sociales, o que ha alcanzado a todas las sociedades. Peor aún tenemos una visión optimista de algo así como una revolución democrática potenciada por las tecnologías de la información. Al contrario, tratamos de demostrar cómo el paradigma del informacionalismo se convierte en un *mecanismo* del poder. Esto no significa que cambien las estructuras, al ser –el informacionalismo– funcional al, y paradigma derivado del, poder, mas bien son mecanismos que reestructuran y refuerzan las existentes estructuras sociales. Por esta razón aclaramos que el informacionalismo es un *proceso social*, que ha logrado cierta generalización y universalidad gracias a la inversión de campos y actores específicos con intereses específicos (en búsqueda de acumulación de capital o de poder). No es, de ninguna forma, una consecuencia natural y evolutiva, tampoco el *non plus ultra* de la sociedad. Es un proyecto que es posible gracias a los intereses y decisiones concretas. Utilizamos el término *paradigma* para resaltar el modelo de problemas y soluciones con el que se piensa la economía contemporánea y se invierte para pasar de un modelo (el industrialismo) al otro, como *estrategia de reproducción* (para permanecer –sobrevivir– o ascender de posición).

Como veremos, el mismo hecho de que las tecnologías de la información hayan alcanzado tal grado de desarrollo en poco tiempo, se debió a los intereses concretos de instituciones o actores concretos. (En Estados Unidos fue el Departamento de Defensa, universidades prestigiosas y empresarios e inversionistas arriesgados.) Sin la orquestación de estos actores, el paradigma informacional hubiera decaído como lo han hecho tantos otros modelos. Si bien hay mucho de ciencia en el desarrollo del informacionalismo, no quiere decir que el mundo haya asumido esa *disposición* y percepción científica (como si se tratara de una colosal transferencia de capital cultural). Parte de este capítulo, y en general de la tesis, es mostrar cómo las mismas tecnologías de la información tienden a aislar y desconectar a poblaciones enteras, además de volverse un factor que redobla la pobreza en el mundo (ya sea por la facilitación de innovar el mercado financiero como por aumentar la brecha tecnológica entre países del centro y países de la periferia).

En las siguientes páginas presentaré de qué manera la *descentralización*² y la *desregulación* emergen como *mecanismos* y como *doxas*, gracias al enfrentamiento constante, de más de cinco décadas en la segunda mitad del siglo pasado, de dos modelos de organización social: el estatismo hiperindustrial y el capitalismo informacional (descentralizado por antonomasia). Y, cómo el triunfo del segundo se incorpora y reproduce a manera de *relación dóxica* con el mundo, es decir, “como una relación de pertenencia y posesión en la que el cuerpo poseído por la historia se apropia de forma inmediata de las cosas habitadas por la misma historia” (Bourdieu, 1999, pág. 200), en la web 2.0.

1.2 El paradigma informacional o las condiciones históricas que permitieron el desarrollo de la web 2.0

La web 2.0 es el resultado de una serie de transformaciones económicas, tecnológicas y sociales que se desarrollaron a partir de la Segunda Guerra Mundial. Dichas transformaciones, como explica Manuel Castells, provocaron una profunda reestructuración del capitalismo (el paso del industrialismo al informacionalismo). La reestructuración fue posible gracias a: “una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información [que] empezó a reconfigurar la base material de la sociedad a un ritmo acelerado” (2011, pág. 31). Nos proponemos explicar, basándonos en la amplia investigación de Castells, a qué nos referimos con el ascenso del *paradigma informacional* como una nueva forma de orden y producción social que se caracteriza por la importancia de las tecnologías digitales en el desarrollo de la sociedad y la economía.

El énfasis que se hace en el adjetivo “informacional” es para reconocer el peso (la centralidad) que tienen las tecnologías digitales sobre las formas de reproducción del orden social, el sistema

² La *descentralización* (y la desregulación), vale aclarar, como *estrategia*, no como consecuencia lógica. Esto significa que, concretamente, la descentralización funciona como mecanismo de dominación que obliga al sistema a operar bajo esta “lógica” (*lógica práctica*). En realidad, la descentralización, como justificaré a futuro, no es sino otra forma de centralización, pero de otro tipo. Cuando nos refiramos a “descentralización”, hemos de dividir nuestra atención en dos sentidos mutuamente dependientes: 1) en un sentido informático, como mecanismo para interconectar varios puntos de información sin la necesidad de puntos de control; y 2) en un sentido sociológico, como a) una estrategia de dominación y reproducción específica del neoliberalismo; y b) un proceso de transformación del paradigma estatista hiperindustrial al paradigma informacional. Tan solo por mencionar un ejemplo esclarecedor: En Internet, producto de la sociedad de la información (reticular y descentralizada por excelencia), está a merced de grandes empresas proveedoras tanto de los canales de comunicación (empresas de telecomunicaciones que tienen el uso oligopólico de los cables, fibras ópticas y satélites —eslabones de tránsito o *backbone*— como AT&T y Level 3 (Zuazo, 2015)) como de los *software* que almacenan la información colectiva a través de sus aplicaciones y programas (como Google, Facebook, Amazon y todos sus productos adjuntos). La apariencia de “navegar” libremente por internet sin intermediarios, se logra gracias a la invisibilización (o difuminación) de aquellos “centros” que controlan los canales de comunicación.

económico y productivo y en general todas las prácticas humanas en la sociedad contemporánea. Las tecnologías digitales reflejan los mecanismos del poder para garantizar su conservación, las tecnologías digitales desembocaron una forma específica (característica de nuestra época) de perpetuación y conservación del poder. El nombre de la obra de Castells, “la sociedad red”, trata de identificar lo característico de la sociedad contemporánea: el sistema, un orden social, reticular. En otras palabras, mediante un paradigma reticular, los dueños de las fuerzas productivas y el polo dominante (las clases dirigentes) de las relaciones de producción (en la terminología de Bourdieu lo llamaríamos *el campo del poder*), optaron por la inversión en tecnologías digitales para reproducir el orden social (reestructuración del modo de producción capitalista).

En palabras de Žižek,

A partir de la década de los setenta, surgió una nueva figura: el capitalismo empezó a abandonar la estructura jerárquica fordista en el proceso de producción y en su lugar desarrolló una forma de organización basada en una red y fundamentada en la iniciativa y autonomía del empleo en el lugar de trabajo (2011, pág. 61).

El paradigma informacional, o informacionalismo, es un *modelo de desarrollo* basado en la centralidad de tecnologías digitales que procesan, almacenan, manipula, decodifica, reprograma, recobran y transmiten información como fuente de productividad. Como dice Castells,

Sin duda, el conocimiento y la información son elementos decisivos en todos los modos de desarrollo, ya que el proceso de producción siempre se basa sobre cierto grado de conocimiento y en el procesamiento de la información. Sin embargo, lo que es específico del modo de desarrollo informacional es la acción del conocimiento sobre sí mismo como principal fuente de productividad. El procesamiento de la información se centra en el perfeccionamiento de la tecnología de este procesamiento como fuente de productividad, en un círculo virtuoso de interacción de las fuentes del conocimiento de la tecnología y la aplicación de ésta para mejorar la generación de conocimiento y el procesamiento de la información (2011, pág. 47). (...) El surgimiento de un nuevo paradigma tecnológico, organizado en torno a nuevas tecnologías de la información más potentes y flexibles, hace posible que la información misma se convierta en el producto del proceso de producción. Para ser más precisos, los productos de las nuevas industrias de la tecnología de la información son aparatos para procesar la información o el propio procesamiento de la información. (...) Surge una nueva economía interconectada y profundamente interdependiente que cada vez es más capaz de aplicar su progreso en

tecnología, conocimiento y gestión a la tecnología, el conocimiento y la gestión mismos. Este círculo virtuoso debe conducir a una productividad y eficiencia mayores, siempre que se den las condiciones adecuadas para unos cambios organizativos e institucionales igualmente espectaculares. (2011, pág. 112)

Sin embargo, el informacionalismo no ocurre de la misma forma en todas las sociedades atravesadas por este paradigma:

Aunque la reestructuración del capitalismo y la difusión del informacionalismo fueron procesos inseparables, a escala global, las sociedades actuaron/reaccionaron de forma diferente ante ellos, según la especificidad de sus historia, cultura e instituciones. (...) De este modo, todas las sociedades están afectadas por el capitalismo y el informacionalismo, y muchas de ellas (sin duda todas las principales) ya son informacionales, aunque de tipos diferentes, en escenarios distintos y con expresiones culturales/institucionales específicas (Castells, 2011, pág. 50; 51).

Además,

Las redes de capital, trabajo, información y mercados enlazaron, mediante la tecnología, las funciones, las personas y las localidades valiosas del mundo, a la vez que desconectaban de sus redes a aquellas poblaciones y territorios desprovistos de valor e interés para la dinámica del capitalismo global. Ello condujo a la exclusión social y la irrelevancia económica de segmentos de sociedades, áreas de ciudades, regiones y países enteros, que constituyen lo que [se denomina] el «Cuarto Mundo». (Castells, 2001, pág. 407)

El grado de integración al informacionalismo, significa también la incorporación a la economía global, es decir, se ha convertido en una exigencia y una necesidad para que las economías y naciones aseguren sus posibilidades de reproducción.

Cualquier desvinculación individual de la economía global implica un coste abrumador: la devastación de la economía a corto plazo y el cierre del acceso a las fuentes de crecimiento. Así, dentro del sistema de valores del productivismo/consumismo, no existe una alternativa individual para países, empresas o personas. Excluido un colapso catastrófico del mercado financiero, o la autoexclusión de personas con valores completamente diferentes, el proceso de globalización se ha puesto en marcha y se acelera con el tiempo. Una vez constituida, la economía global es un rasgo fundamental de la nueva economía (Castells, 2011, pág. 185).

“Así pues, el informacionalismo está ligado a la expansión y el rejuvenecimiento del capitalismo, al igual que el industrialismo estuvo vinculado a su constitución como modo de producción. (Castells, 2011, pág. 49)” Además, llamamos a esta reestructuración del capitalismo como *economía informacional*, “porque la productividad y competitividad de las unidades o agentes de esta economía (ya sean empresas, regiones o naciones, dependen fundamentalmente de su capacidad para generar, procesar y aplicar con eficiencia la información basada en el conocimiento” (Castells, 2011, pág. 111).

Para evitar la distancia entre estos conceptos y su historia, entrelazaremos el ambiente en el que emergió el paradigma informacional. Por esta razón, tendremos que situarnos en los ambientes, tecnológico (microelectrónica, informática, telecomunicaciones³), político (postguerra, guerra fría, mayo del 68 y colapso de la URSS) y económico (la polarización del mundo en I, II y III mundo, el auge de la ideología y políticas económicas neoliberales, la empresa-red, las formas de miseria y exclusión social en el capitalismo informacional), que permitieron el ascenso de “la era de la información” a finales del siglo XX y comienzo del siglo XXI.

1.2.1 Transformaciones tecnológicas hacia el informacionalismo

Orientemos nuestra atención hacia los centros de gravedad de la innovación tecnológica a mediados del siglo XX. A finales de la Segunda Guerra Mundial, las tecnologías de la revolución industrial se concentraron en dos puntos geográficos concretos: Europa (con Gran Bretaña y Alemania a la cabeza) y Estados Unidos. Como menciona Castells:

Nada de la historia cultural, científica, política o militar del mundo previo a la revolución industrial explicaría la indisputable supremacía “occidental” (anglosajona/alemana, con un toque francés) entre 1750 y 1950. (...) La tecnología, como expresión de condiciones sociales específicas, introdujo una nueva trayectoria histórica en la segunda mitad del siglo XVIII (2011, pág. 66).

³ (...) el proceso actual de transformación tecnológica se expande de forma exponencial por su capacidad para crear una interfaz entre los campos tecnológicos mediante un lenguaje digital común en el que la información se genera, se almacena, se recobra, se procesa y se transmite (Castells, 2011, pág. 60).

La concentración de la riqueza y de tecnologías industriales en estos puntos geográficos específicos, no son una novedad para la sociología. Lo que nos interesa explicar es cómo la tecnología de la revolución industrial saltó hacia la tecnología informacional.

Podemos atribuir este salto a múltiples factores. Partiendo de la acumulación y concentración de conocimiento científico en Europa y Estados Unidos (Castells, 2011). Así como la acumulación de la riqueza gracias a la expansión del modo de producción capitalista⁴, que buscaba la maximización de recursos mediante de la proliferación de los canales comerciales (Braudel, 2002). O, también, gracias a que en los crecientes burgos, donde se concentraba la riqueza social, necesitaban una cantidad exorbitante de energía para la producción, se impulsó la inversión en máquinas generadoras de energía, pasando de la máquina de vapor inventada en el siglo XVIII en Gran Bretaña (donde ocurrió la primera revolución industrial), y, (en la segunda revolución industrial), el desarrollo de la electricidad y el motor de combustión interna en el siglo XIX (diseñado esta vez en Alemania y, del otro lado, Estados Unidos) (Castells, 2011). Todos estos argumentos confluyen para explicar la concentración de la riqueza social y el desarrollo tecnológico en Europa. Sin embargo, en la era de la revolución industrial, la expansión de los mercados y los lazos comerciales necesitaron con urgencia canales de comunicación que acorten las largas distancias. A la par, la necesidad de proteger las vías de comunicación en épocas de guerra, empujaron al desarrollo tecnológico a anclarse bajo la inversión militar con el propósito de desarrollar sistemas de comunicación (encriptados) al igual que métodos de decodificación de mensajes enemigos. Por esta razón:

⁴ Quisiera rescatar una tesis braudeliana en torno a los comienzos del capitalismo. Como explica en “la dinámica del capitalismo”, el capitalismo surge con el mercader, aquél que era el vínculo entre el productor y el consumidor. Sus actividades permitieron la acumulación de capital por dos razones: 1) puesto que poseía los recursos monetarios obtenidos de las transacciones que negociaba, siempre tenía a su disposición un considerable monto de liquidez, y, la más importante, 2) poseía el control (las posibilidades de manipulación) del conocimiento de los precios de la circulación de mercancías, por lo tanto, se permitía especular y subir o bajar los precios a su conveniencia. Este argumento representa un giro radical a la noción bastante anticipada de que el capitalismo se creó por la pura fuerza de la mano invisible, o, las leyes de oferta y demanda. Lo que dice concretamente Braudel es que el capitalismo es el resultado de intereses y decisiones deliberadas de agentes que apostaron por su enriquecimiento personal.

Aparentemente, mientras más se concentra la información en pocas manos, mucho más se puede sacar ventaja para especular y, a la par, enriquecerse. Por ende, no es arbitrario que, debido a que el capitalismo informacional se basa en la gestión y producción de información, *las nuevas estrategias de enriquecimiento y acumulación de capital radiquen en la monopolización de las tecnologías de información.*

Este precedente histórico muestra como la historia siempre es el resultado de unas luchas de agentes concretos con intereses particulares, y que, al conquistar cierta autonomía y dominio, sus intereses se pueden convertir en instituciones, es decir, en estructuras sociales. La historia del capitalismo, o más precisamente de la autonomización del campo económico, obnubila su base irracional (violencia arbitraria de los intereses particulares) para presentarse con todas las apariencias de lo “natural”, “lógico” o “racional”. Y, gozando de una historia incorporada en la realidad social, es decir que el campo económico goza de una objetividad incuestionable para una realidad que demanda su sobre-entendimiento y reconocimiento, se vuelve casi imposible escapar de su propia *doxa*.

(...) fue durante la Segunda Guerra Mundial y el periodo subsiguiente cuando tuvieron lugar los principales avances tecnológicos en la electrónica: el primer ordenador programable y el transistor, fuente de la microelectrónica, el verdadero núcleo de la revolución de la tecnología de la información en el siglo XX. No obstante, hasta la década de los setenta no se difundieron ampliamente las tecnologías de la información, acelerando su desarrollo sinérgico y convergiendo en un nuevo paradigma (Castells, 2011, pág. 71).

De esta manera, los principales inventos tecnológicos que impulsaron el cambio hacia el paradigma informacional comenzaron a raíz de la guerra. Este es el caso de los primeros ordenadores:

el Colossus británico en 1946, aplicado a descifrar los códigos enemigos, y el Z-3 alemán, al parecer producido en 1941 para ayudar a los cálculos de aviación. No obstante, la mayor parte del esfuerzo aliado en electrónica se concentró en los programas de investigación del MIT, (...) bajo el patrocinio del ejército estadounidense, [crearon] el ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Calculator) (Castells, 2011, pág. 73).

Lo que estimuló al desarrollo de estas máquinas fue la necesidad de facilitar el *cálculo* de problemas matemáticos complejos, el *desciframiento* y decodificación de mensajes militares (para optar por una mejor estrategia de protección y ofensiva), y garantizar una vía de *comunicación* para largas distancias.

Poco a poco se crearon las pautas para basar toda la tecnología electrónica en un mismo lenguaje universal: el del *código binario* (sustento de toda la tecnología digital), impulsado por el transistor en 1947 en Nueva Jersey. El transistor buscaba transmitir señales electrónicas, “impulsos eléctricos a un ritmo más rápido en un modo binario de interrupción y paso” (Castells, 2011, pág. 71), es decir, buscaba transmitir información mediante un algoritmo “simple” de interrupción del paso del impulso electrónico y paso del impulso electrónico. El gran logro de este pequeño aparato y su simple algoritmo fue crear la unidad básica de toda la lógica digital, la comunión entre la velocidad de los impulsos electrónicos y la comunicación. El código binario en el que se basan todos los sistemas informáticos fue el gran paso hacia un sistema unificado (universal) de transmisión (y codificación) de información. Fue además la base material que hizo posible la descentralización de los puntos de comunicación a través de la *conmutación*, que permite modificar y desviar el camino de los impulsos electrónicos. La intrincada complejidad de la tecnología digital y sus enormes redes mundiales se apoya en estos eslabones de lógica binaria que permiten la conexión entre sistemas digitales.

El paso del transistor al circuito integrado (que es la unión de varios transistores) en 1957 (nuevamente en Estados Unidos) permitió una explosión tecnológica: “en sólo tres años, entre 1959 y 1962, los precios de los semiconductores cayeron un 85% y en los diez años siguientes la producción se multiplicó por veinte, el 50% de la cual fue para usos militares” (Castells, 2011, pág. 72). La progresiva disminución de los costos de producción permitió que en 1971 (en Silicon Valley), (cuando los circuitos integrados bajaron de cincuenta dólares en 1962, a un dólar en 1971), se invente el microprocesador, es decir, el ordenador en un chip. “De este modo, la capacidad de procesar información podía instalarse en todas partes” (Castells, 2011, pág. 72). El microprocesador permitió la comunicación entre máquinas, la programación electrónica de procesos y el almacenamiento de información en micro aparatos.

La rapidez con la que decayeron los costos de producción microelectrónica y su rápida difusión, así como el fracaso de múltiples empresas de producción de ordenadores, podrían explicarse bajo la clásica tesis schumpeteriana sobre la “destrucción creativa”:

El capitalismo es, por naturaleza, una forma o método de transformación económica y no solamente no es jamás estacionaria, sino que no puede serlo nunca. (...) El impulso fundamental que pone y mantiene en movimiento a la máquina capitalista procede de los nuevos bienes de consumo, de los nuevos métodos de producción y transporte, de los nuevos mercados, de las nuevas formas de organización industrial que crea la empresa capitalista. (...) La apertura de nuevos mercados, extranjeros o nacionales, y el desarrollo de la organización de la producción (...) ilustran el mismo proceso de mutación industrial (...) que revoluciona incesantemente la estructura económica desde dentro, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos. Este proceso de destrucción creadora constituye el dato esencial del capitalismo. En ella consiste en definitiva el capitalismo y toda empresa capitalista tiene que acomodarse a ella para vivir (Schumpeter, 1996, págs. 120 - 121).

En palabras de Castells, “El espíritu del informacionalismo es la cultura de la «destrucción creativa», acelerada a la velocidad de los circuitos optoelectrónicos que procesan señales” (2011, pág. 254).

Como fuese, los efectos de la “destrucción creativa” fueron el motor principal para el desarrollo tecnológico de ordenadores portátiles desde inicios de 1970 hasta finales de 1990. Época en la que Steve Jobs (creador junto con Steve Wozniak de los primeros microordenadores Apple I y Apple II comercializados con éxito (Castells, 2011)) y Bill Gates (creador junto con Paul Allen del *software* BASIC, proporcionando un interfaz para el ordenador de uso sencillo, que devendría en Microsoft)

se enfrentaron en una carrera por lanzar al mercado productos de uso masivo. Llevar el ordenador personal al espacio doméstico, era el objetivo en común. Ambos abandonaron sus estudios universitarios para arriesgarse, fundando sus propias empresas, en el mercado de tecnología informática. Ahora, no es ninguna novedad, las compañías Apple y Microsoft, fundadas por ambos empresarios, lideran los mercados mundiales en producción de *software* y *hardware*. Además, ambas compañías, gozando de cierto oligopolio, son las mismas encargadas de estar a la punta de la competencia e innovación schumpeteriana. Son las mismas compañías que se encargan de actualizar permanentemente sus productos e invertir en I+D, para evitar la obsolescencia.

Sin embargo, algunas incógnitas surgen con lo dicho hasta ahora. ¿Por qué se decidió invertir y emprender en empresas basadas en la producción de artefactos microelectrónicos y ordenadores, si, como nos muestra la historia, implicaba un enorme riesgo precisamente por la rapidez en que cada invento tecnológico quedaban o desactualizados u obsoletos? ¿Qué clase de riqueza podría esconderse tras el riesgo de la industria informática? ¿Qué espíritu empujaba a los empresarios a optar por el capital de riesgo, a apostar todo por la innovación tecnológica? ¿De dónde nace este espíritu del emprendimiento, y toda esa retórica cuasi heroica del empresario soñador (cuyo rostro por excelencia es Steve Jobs⁵)? ¿Qué sistema económico se forjaba con esta nueva ola de empresarios innovadores?

Antes de responder de manera apresurada con razones aparentemente evidentes: el carácter revolucionario de las tecnologías industriales es la dominación sobre aquellos que no la poseen. Debemos mostrar precisamente el “carácter revolucionario” de la tercera revolución industrial. Revolución que “comenzó”, por decirlo de algún modo, con la idea⁶ de “diseñar un sistema de

⁵ El propio Steve Jobs se revestía con la armadura auto-consagrada del empresario heroico y visionario, al presentar sus productos al público en amplios escenarios copados de gente. Recuérdese la memorable propaganda “1984” al presentar por primera vez la Macintosh, comparando a IBM como una mega institución totalitaria y a Apple como la encarnación de la libertad (representada por una mujer con un dispositivo electrónico portátil en su cintura), que se atreve a romper la inmensa pantalla en la que todos los hombres se han subsumido. Puede abrir el siguiente hipervínculo para hacerse una idea de esta autoconsagración: https://www.youtube.com/watch?v=W_BEIvm0R48&t=273s

⁶ Creo pertinente aclarar una precisión teórica: El cúmulo de ideas, es decir, aquello que llamamos “sentido común”, Bourdieu lo llama de dos formas: por un lado, al referirse a la “creencia en la importancia del juego”, lo llama *illusio*, como un concepto que nos permite encontrar el sentido o el compromiso de los agentes con su campo. Por otro lado, lo llama *sentido práctico*, como una inscripción histórica de estructuras sociales en el agente con el propósito de adoptar estrategias específicas para garantizar su reproducción, en términos de mantener su posición o desplazarse hacia eslabones superiores. Esta doble dimensión del “sentido común”, como fe y como estrategia, se logran entender cuando adjuntamos las categorías de estructura de primer orden y de segundo orden. Ambas estructuras son históricas, sin embargo, la categoría de primer orden hace referencia a las condiciones sociales de la posición en el espacio social. Estas condiciones son, justamente, la lógica de la dominación en el que se basa un sistema económico (un modo de producción), reproducida por los agentes y que está más allá de su consciencia, es decir, se reproduce de manera inconsciente, y permite cierto margen de desplazamiento a unos y mucho menos a otros. La estructura de segundo orden son las estrategias, o, mejor

comunicaciones invulnerable al ataque nuclear” (Castells, 2011, pág. 77). Este sistema (imaginado como una red neuronal por Paul Baran en 1960) se concretó en una tecnología de comunicación que se basa en la “conmutación de paquetes” que “independizó la red de los centros de mando y control, de modo que las unidades del mensaje encontraban su propia ruta a través de la red, reensamblándose con un significado coherente en cualquiera de sus puntos” (Castells, 2011, pág. 77).

El desarrollo de Internet comenzó con las investigaciones del ARPA (Advanced Research Projects Agency) del Departamento de Defensa de Estados Unidos, a finales de los años cincuenta. (Castells, 2011). Después de la Segunda Guerra Mundial, el mundo se había escindido en dos sistemas políticos en disputa por la hegemonía. Dos polos siempre en amenaza de una tercera guerra mundial y en competencia permanente para demostrar cuál de los dos sistemas político y económico habrían de gobernar el planeta. Así, se emprendió una serie de competencias (a nivel científico, industrial, armamentista-militar, y económico) entre el “polo capitalista”, cuyo líder indudable era Estados Unidos, y el polo “comunista”, representado por la Unión Soviética. Junto con la amenaza permanente de un ataque nuclear, el terror a causa de las secuelas de Hiroshima y Nagasaki, había sido el impulso necesario para que ambas potencias invirtieran en programas científicos-militares, con el propósito de innovación tecnológica, buscando asegurar la comunicación interna en caso de una guerra o de una posible interceptación de las redes de comunicación. De esta manera, el miedo y la paranoia, esencia de la Guerra Fría, fueron el impulso necesario para dar origen a Internet.

dicho, disposiciones de una clase, o fracción de clase, para “competir” dentro del campo. Ahora bien: las ideas que permiten el desarrollo de una tecnología debe entenderse en esta doble condición del agente, es decir, su posición y sus disposiciones. Sus “ideas”, por lo tanto, responden a lo que llama Kuhn, un paradigma, que no es más que las disposiciones de un grupo de agentes que se encuentran atravesados por problemas similares. No puede ser esto una condición general de lo social. Sin embargo, al encontrarse en una posición privilegiada, a saber, más cerca de influir en las clases dirigentes, es posible que las disposiciones de un campo puedan difundirse a otros (siempre llegando de manera tardía, por la distancia entre campos) campos y posiciones. La generalización del lenguaje empresarial en la sociedad (en instituciones educativas, políticas, de salud, etc.), como por ejemplo el reconocimiento de la importancia del *kanban* (lógica de producción industrial que consiste en producir la cantidad correcta de unidades demandadas de forma inmediata, “al instante”) de la actual empresa-red, es un ejemplo del poder de difusión que ejercen diferentes campos sobre otros cuando cuentan con el apoyo de clases dirigentes, que buscan la complicidad ontológica de todos los agentes, es decir, que se vuelva parte del sentido común de la sociedad. De esta manera, las empresas e instituciones que se adaptan a las exigencias del sistema económico para poder “competir” (que no es más que una auto-exigencia a pertenecer dentro de una posición), cumplen también una labor pedagógica para educar a la población y convertir la lógica de la competencia económica en exigencia tácita. *Así también, las tecnologías pueden cumplir una labor pedagógica de acoplamiento a las exigencias del sistema puesto que imponen los ritmos de reproducción del sistema.* Tan sólo subrayárese el poder que puede ejercer un campo con una clase dirigente (la transferencia de unas exigencias), cuando el ambiente (Bourdieu lo llama “desfase”) es propicio para introducir cambios. En nuestro caso: cómo los intereses de las clases dirigentes en invertir en tecnología digital, puede llevar a que la propia tecnología transmita una lógica particular que le es funcional a los intereses de la clase dirigente.

Siguiendo a Manuel Castells: “la creación y el desarrollo de Internet en las tres últimas décadas del siglo XX se derivó de una combinación única de estrategia militar, cooperación de grandes proyectos científicos, espíritu empresarial tecnológico e innovación contracultural” (2011, pág. 77). Estas palabras, a pesar de su precisión histórica, necesitan de un ligero cambio de enfoque, y de una percepción más crítica. Internet es el resultado de la *investissement* de actores particulares (con intereses particulares y una *ideología* particular), que al pasar los años construyeron su arquitectura bajo la forma de un *ens realissimum* correspondiente a la sociedad de la que se origina (la norteamericana en su mayor parte, en especial los grupos académicos o científicos), y cuyo trabajo (el resultado de la lógica en la que se mentó Internet, y las estrategias que invirtieron sus creadores para que su producto sea posible y aparezca por fuera de los campos en que se originó) se materializó en lo que ahora constituye a Internet. Para nuestro análisis realizamos la siguiente caracterización de Internet, correspondiente a la objetivación del paradigma a la que pertenecían sus creadores.

- La *descentralización* de los puntos de control, como estrategia militar para garantizar la recepción de los canales de comunicación,
- La *horizontalidad* y el *aislamiento* como herencia de su influencia académica, (en especial por el archipiélago de universidades norteamericanas) difundiendo una simulación de su situación de *scholé*,
- La *ubicuidad*, *rapidez* y *volatilidad* de la información como producto de la colaboración del trabajo científico, pertenecientes a programas científicos de innovación,
- La *desregulación* como fruto de la influencia tanto empresarial (sobre todo por el ascenso de los mercados financieros y las empresas transnacionales a raíz de políticas neoliberales) como de la, así llamada, innovación contracultural (refiriéndonos tanto a la herencia del movimiento hippie, como a mayo del 68, que proporcionaría, en palabras de Žižek, el “excedente cultural” (transformado en hedonismo consumista espiritualizado) que le hacía falta al capitalismo (Žižek, 2011)).
- Y, la *universalidad* del lenguaje digital, como herencia de la racionalidad instrumental.⁷

⁷ Estas características de Internet (descentralización, horizontalidad, aislamiento, ubicuidad, rapidez, desregulación y universalidad) son las condiciones *sine qua non* el procesamiento de información funciona. Lo que se llama ahora *big data* es el perfecto ejemplo de un producto derivado de la armonía entre los factores mencionados. *Big data* es la utilización de la información, generada por millones de usuarios a través de la utilización de aplicaciones online, para la creación de productos y servicios, (basados en algoritmos) que permiten innumerables usos. Basándose en el principio de que la información generada por los usuarios, tiene una importancia comercial y política, los ingenieros y diseñadores de programas y aplicaciones, crean nuevas formas de uso de la información y las ofrecen al mercado (entre los clientes no sólo son compañías comerciales, sino también organizaciones políticas e instituciones del Estado). Pero lo más importante de toda esta ola de manipulación y uso hiper-racionalizado de la información, es la *clasificación social* resultante. Como nos

Esta categorización no es arbitraria, ni azarosa, ni gratuita. Se apoya en las inversiones, decisiones e intereses históricos de actores que representaban instituciones concretas (Estado, empresa, academia y movimientos sociales) para el desarrollo de Internet.

Sin extendernos demasiado en la historia de cada uno de los actores que permitieron la constitución de Internet, haré un breve repaso del orden en que fueron tomando importancia y dieron forma a la red.

Como ya hemos dicho, fue el ARPA la organización, financiada por recursos de Estados Unidos, que impulsó las investigaciones para crear tecnologías en base a sistemas de comunicación invulnerables. De ahí salió en 1964 la idea de la conmutación de paquetes. Posteriormente, en 1969, se establecieron los primeros cuatro nodos de la primera red, llamada Arpanet, entre universidades que cooperaban con el Departamento de Defensa de los Estados Unidos. Sin embargo, como menciona Castells, “los científicos empezaron a utilizarla para sus propios fines de comunicación” (Castells, 2011, pág. 77). Cuando fue imposible separar la investigación militar con la comunicación científica, en 1983 la red se separó en Arpanet, dedicada para la academia, y MILNET, para usos militares. Junto con Arpanet, la National Science Foundation creó otras redes y en conjunto generaron la red de redes ARPA-INTERNET, “mantenida todavía por el Departamento de Defensa y gestionada por la National Science Foundation” (2011, pág. 78). Para 1995, gracias a la inversión de empresas comerciales y por presión de los intereses de “redes corporativas privadas”, condujeron a la privatización de Internet y al abastecimiento de los dispositivos para suplir la vieja arquitectura aún gestionada por el gobierno de USA. “Una vez privatizada, Internet carecía de cualquier auténtica autoridad supervisora” (2011, pág. 78).

La creación de los protocolos de comunicaciones (redes de áreas locales (LAN), protocolo interredes (IP), Protocolo de Control de Transmisión (TCP)) que permiten la comunicación (o transmisión) de datos entre ordenadores con Internet en un estándar común compartido por todos los ordenadores, se llevó a cabo desde 1973 hasta 1983, con la cooperación de empresas privadas de investigación tecnológica (como AT&T en sus laboratorios Bell, Xerox, entre otros), junto con universidades

explica David Lyon y Zygmunt Bauman, el resultado concreto del procesamiento de información es la selección de grupos sociales relevantes (vistos meramente como meros consumidores) y la separación y exclusión de grupos sociales clasificados de irrelevantes o peligrosos (una marginación social racionalizada y violenta que encubre fetichismos ya sea por sus inclinaciones racistas o nacionalistas, en particular en contra de migrantes, gente de posiciones sociales inferiores y unidos en la miseria, y enemigos fantasmagóricos del Estado – musulmanes en su mayoría, asociados directamente por el 11S–) (Bauman & Lyon, Vigilancia líquida, 2013). En suma, son estas características de Internet las que generan la ficción social del mundo virtual. Mentando una visión del mundo absolutamente “apantallada”. Mientras que, tras la pantalla del “mundo virtual”, se obnubilan procesos pedagógicos de introducir en el sentido común unos problemas e intereses concretos. En este proyecto de investigación nos proponemos visibilizar esta pantalla y estos intereses sublimados.

prestigiosas (UCLA, MIT, Harvard, entre otros), y organizaciones estatales e internacionales (entre ellas ARPA y CERN). Por último, “Muchas de las aplicaciones de Internet provinieron de invenciones inesperadas de sus primeros usuarios, lo que indujo a una praxis y una trayectoria tecnológica que se convertiría en rasgos esenciales de Internet” (2011, pág. 80). Este fue el caso del correo electrónico (e-mail), el modem, la conexión a Internet por redes telefónicas (Usenet), la *world wide web* (creada por el CERN⁸, con la función de organizar los sitios de Internet por la información que contenían y no por su ubicación, haciendo de la búsqueda un proceso más sencillo), y el navegador Mosaic (primer navegador en introducir el interfaz gráfico) (Castells, 2011).

Castells también rescata cómo influyó la “contracultura informática hacker”, (“muchas veces asociada intelectualmente a las secuelas de los movimientos de los años sesenta en su versión más libertario-utópica” (2011, pág. 81)), en el desarrollo y constitución de Internet mediante la difusión y creación de tecnología de forma gratuita. Según explica, las intenciones de los *hackers* eran: “dar a conocer tanto como fuera posible las capacidades de comunicación” o “tomar y utilizar en beneficio propio el poder informático” (este es el caso de Ted Nelson, creador del hipertexto, Randy Suess y Ward Christesen, creadores del modem) (2011). Sobre este punto, la cultura liberal de los años setenta, hablaremos más adelante.

La interconexión que hoy en día gozamos fue posible gracias al desarrollo interdependiente de ambas tecnologías: telecomunicaciones (extendido alrededor del mundo con la colaboración de empresas multinacionales) o redes informáticas, y dispositivos microelectrónicos (ordenadores, chips, *software*, etc.,).

Internet se convirtió en un sistema de comunicación horizontal global, como en un sistema de recopilación de información descentralizado (que genera la materia prima, es decir *datos*, para lo que ahora se denomina *big data*), basada en la lógica reticular de conmutación de paquetes de datos, y en un lenguaje universal digital que traduce todos los idiomas y contenidos a un solo lenguaje matemático universal de unos y ceros. Hoy en día, Internet está presente en millones de aparatos conectados y distribuidos alrededor del planeta. Se ha convertido en una verdadera red invisible, o, mejor dicho, omnipresente (Zuazo, 2015). Gracias al actual desarrollo de tecnología digital portátil y las innovaciones en las formas de conexión inalámbricas, Internet está presente en millones de dispositivos, desde teléfonos inteligentes, cámaras, vehículos, relojes, robots, etc. Además, gracias a la penetración en la sociedad (en todos sus niveles) de tecnología digital (difundida masiva y globalmente gracias a la reducción de los costos de producción, la creación de nuevos mercados, en

⁸ Creadores, también, del hipertexto en sus formatos de HTML, el HTTP, y URL.

suma, lo que ya hemos hablado en torno a la destrucción creativa) y fuentes de conexión a Internet, aumentan el flujo, cantidad, diversidad y lugar de origen de información (o, en términos informáticos, “data”). Y, a medida que crece el flujo y volumen de información (imágenes, fotografías, textos, videos, música, etc..) también se desarrollan modelos y técnicas (*software* que utiliza algoritmos y programas estadísticos que son capaces de asociar y combinar datos para crear patrones complejos) para utilizar esa información de manera política, comercial, social y científicamente (Kitchin, 2014). De esta forma, el mundo social ahora se encuentra atravesado, sino dependiente, por tecnologías de la información. La sociedad contemporánea depende mucho del manejo de sistemas informáticos⁹ para su reproducción.

Maurizio Lazzarato nos explica cómo las tecnologías digitales han llegado a autonomizarse y cómo participan dentro del capitalismo para normalizar a la sociedad contemporánea:

Las máquinas digitales miniaturizadas y los signos atraviesan también la materia, los cuerpos y los objetos, que ahora están animados, no sólo metafóricamente, como en la teoría del fetichismo marxista, sino en la realidad, porque perciben, reciben y transmiten informaciones (...) En el capitalismo, los flujos de signos (la moneda, los logaritmos, los diagramas, las ecuaciones) actúan directamente sobre los flujos materiales, sin pasar por la significación, la referencia y la denotación, categorías de la lingüística que son incapaces de explicar el funcionamiento de la maquina capitalista (2015, pág. 24).

⁹ Rescatemos tan solo dos ejemplos para denotar esta dependencia: 1) Como es sabido, Assange filtró cables diplomáticos de Estados Unidos (y de decenas de más Estados) y los publicó en su sitio web WikiLeaks, para el conocimiento público. La información publicada varió “desde torturas en la cárcel norteamericana de Guantánamo en Cuba, hasta manuales confidenciales de la Iglesia de la Cienciología y listas de contribuyentes de campañas políticas. En 2008, la organización tuvo su año de verdadero impacto, cuando dio a conocer el “Asesinato colateral”, un video donde dos soldados norteamericano asesinaban a un periodista iraquí (...), a su ayudante y a nueve personas más (entre ellas, niños), mientras tomaban una foto del helicóptero Apache donde viajaban los militares” (Zuazo, 2015, pág. 122; 123). Lo que demuestra esta triste revelación, es la dependencia que tienen las agencias del Estado por los sistemas de almacenamiento y circulación de información. 2) Para el mercado financiero, el manejo y producción de información es un medio para la generación de productos financieros, tal como son las CDO’s (obligación colateralizada por deuda), que fueron posibles gracias a la manipulación del conocimiento informático y matemático (Ferguson, 2010). La burbuja económica creada por estos productos financieros digitales en el 2008, no sólo afectó a la población del país de origen. Al contrario, se distribuyó por todo el planeta, debido a la conexión financiera del mercado bursátil. Así, la intrincada red especulativa con la que se basaba la “materialidad” de estos productos, conectaba a familias, empresas inmobiliarias, bancos internacionales, compañías calificadoras, bancos locales, y empresas que habían comprado estos productos. Cuando explotó la burbuja, colapsó la red mundial de las CDO’s, dejando en la pobreza y en la calle a familias enteras en todo el mundo (Ferguson, 2010). En estos ejemplos, queremos rescatar la frágil dependencia de la sociedad contemporánea a Internet: un sistema de comunicación descentralizado, de información ubicua y actualizada, y con la capacidad de almacenar toda esa información sin deteriorarse.

Para dar cuenta de la magnitud del procesamiento y generación de datos de la sociedad contemporánea, Natalia Zuazo, periodista que ha logrado rescatar información empírica sobre la conquista de Internet sobre la vida humana, menciona que:

En 2002, por primera vez en la historia, los humanos tuvieron más información almacenada de manera digital que en soportes tecnológicos. Cinco años más tarde ya casi el 95% de toda la información mundial era codificada digitalmente. (...) Google genera alrededor de 25 petabytes nuevos de información por día (exactamente la misma cantidad de datos útiles generados por el LHC o Gran Colisionador de Hadrones en un año). (...), en el 2020, seremos 8.000 millones de personas con 150 mil millones de objetos conectados, y habrá 57 bytes de información (o 57 caracteres –letras, números, emoticones–) por cada grano de arena en el mundo. Todos esos objetos conectados realizan acciones. Y esas acciones generan datos que no sólo circulan por la Red: esa información recorre cables con dueños y queda almacenada en servidores de empresas. Esa enorme masa de datos aumenta su valor a medida que crece su volumen. En 2012, era de 6 mil millones de dólares. En 2018, será de 48 mil millones. (...) La razón es sencilla: Google y otras empresas similares adquirieron un poder al resolvernos con sus servicios cosas importantes y útiles de nuestras vidas. (2015, pág. 266; 267)

Tanto Louise Amoore (2016), como Rob Kitchin (2014), ambos investigadores sobre las transformaciones sociales bajo la influencia de tecnologías de la información, coinciden en que en las últimas dos décadas hubo un aumento explosivo del volumen de datos estructurados (nombres, fechas de nacimiento, género, etc.) y no-estructurados (fotografías, textos narrativos, posts, videos, blogs, etc.,¹⁰) producidos por los usuarios de Internet.

Por un lado, Amoore (2016) asegura que las tecnologías de procesamiento de datos, basadas en dispositivos algorítmicos que codifican y procesan los *big data*, transforman (alteran y canalizan) la forma en como “percibimos la realidad”. Puesto que, las aplicaciones informáticas que se utilizan a diario a través de teléfonos inteligentes, computadoras, y demás dispositivos conectados a Internet, funcionan como filtros que segmentan la información (de la búsqueda de los usuarios) en paquetes personalizados, que influyen directamente sobre el entendimiento (ya que se presenta como información que explica la realidad inmediata, supliendo dudas e incertidumbres). Es decir, los

¹⁰ In the age of big data, many massive datasets consist of semi or unstructured data, such as Facebook posts, tweets, uploaded pictures and videos, and blogs, and some estimates suggest that such data are growing at 15 times the rate of structured data (...), with advances in database design (...) and machine learning techniques (...) aiding storage and analysis. (Kitchin, 2014, pág. 6).

algoritmos de las aplicaciones, generan paquetes de información personalizada basada en el perfil de intereses (datos no-estructurados) e información personal (datos estructurados) de sus usuarios, para que *ajusten* y *se ajusten* a cada usuario¹¹.

To financial subject's online access to sub-prime lending (...) to the biometrically enabled battlefield (...), and from potential partners and lovers (...) to personalized urban locations (...), we are increasingly intertwined with algorithmic calculative devices as we consume information, inhabit space and relate to others and to the world around us (Amoore & Piotukh, 2016, pág. 18).

Por otro lado, Kitchin, enfocado en la utilización de *big data* para el urbanismo inteligente, rescata la importancia de los múltiples usos de *big data*, dependiendo de los actores que se apoderan de su uso, (empresas, usuarios, Estado, etc.). Dándonos a entender que el uso y manipulación de *big data* es crucial ya sea para garantizar “políticas de desarrollo, nuevos modos de gobierno tecnocrático, empoderamiento ciudadano, crecimiento económico” (2014, pág. 2), como para poder sobrevivir a las exigencias de la sociedad contemporánea, basada especialmente en modelos de procesamiento de información.

¿Pero, qué es *Big Data*? Mario Tascón y Arantza Coullaut lo definen como:

(...) la utilización de grandes cantidades de información, que pueden provenir tanto de la actividad de una empresa como de la de los ciudadanos en su relación con la Administración pública, de su quehacer diario o de sus conversaciones en redes sociales, pero también de las estaciones meteorológicas, los sensores de tráfico desplegados por un ayuntamiento o los coches que circulan por las carreteras. Los datos en cantidades demasiado grandes o que se mueven muy rápido para las bases de datos convencionales son los llamados Big Data (...) Se definen a menudo por lo que se denomina las tres V: gran *volumen*, de datos, *velocidad* de estos datos y *variedad* del origen de los mismos. (2016, págs. 11-12)

¹¹ Esto puede dilucidarse mucho mejor en el escándalo de Cambridge Analytica, caracterizado por la venta de paquetes de datos basados en información personal a las campañas políticas tanto de Donald Trump como para el Brexit en Inglaterra. El ejemplo se explica de manera gráfica en el video de la BBC Mundo “Cómo Cambridge Analytica analizó la personalidad de millones de usuarios de Facebook”. Puede abrir el siguiente hipervínculo: <https://www.youtube.com/watch?v=7831NGClSrM&t=0s&list=PLoIL02dHND3oJkJIQY0EyGb1nQon3AI3n&index=38>

Big data, es el procesamiento y flujo de grandes volúmenes de datos que recorren a gran velocidad en Internet¹² (Amoore & Piotukh, 2016) (Kitchin, 2014). Es producida por todos los usuarios de Internet con el “diario uso de dispositivos, herramientas y plataformas digitales” (Zuazo, 2015, pág. 265). Además, es la materia prima para el desarrollo de tecnologías digitales que permiten generar algoritmos y sistemas para múltiples usos, desde:

- Modelos predictivos de pautas de los consumidores, lectores, votantes o usuarios.
- El estudio de mecanismos de comportamientos sociales masivos.
- Análisis de pautas de compra y consumo.
- Ahorrar costes de producción industrial al poder detectar anomalías en el desarrollo del mismo que no son visibles con métodos convencionales.
- Mejorar los productos y servicios que se ofrecen logrando una mayor personalización.
- Personalizar de forma automática las recomendaciones de lectura o consumo. (Tascón & Arantza Coullaut, 2016, págs. 12-13)

El desarrollo y penetración de estas tecnologías, ha permitido que, en palabras de Rob Kitchin, cambien la forma en como la ciencia, los negocios y los gobiernos operan, puesto que tienen a su disposición una enorme fuente de información que revela, de una u otra forma, la realidad a la que quieren dirigirse. Aun así, como menciona Zuazo, “su utilización más extendida se aplica al marketing digital, para predecir deseos y gustos de los consumidores y ofrecerles productos y servicios orientados a su *target* o perfil de consumidor” (2015, pág. 265).

Ante todo lo dicho, nos falta resaltar que:

Internet es la estructura artificial más grande y compleja creada por la humanidad. Es también, nuestra creación más colectiva: la que más partes necesita, al mismo tiempo, tomando decisiones conjuntas. Pero sus dueños materiales no son tantos y pueden dividirse en dos grandes grupos: los proveedores de tránsito y los proveedores de contenidos (Zuazo, 2015, pág. 72).

Según la explicación de Zuazo, los proveedores de tránsito o ISP's (*Internet, service, providers*) se dividen en dos grupos prioritarios: los proveedores de tránsito locales y los proveedores de tránsito internacionales (o la columna vertebral, como la autora prefiere llamarlos). Estos últimos

¹² Para ilustrar este tema, puede visitar el hipervínculo que dejaré a continuación, si posee cuenta de *gmail*. En el sitio podrá encontrar una página completa sobre los datos que a Google le interesan de todos sus usuarios. <https://privacy.google.com> Además, si está interesado en conocer la categorización publicitaria que han construido en base a sus criterios de búsqueda puede visitar: <https://adssettings.google.com>

proporcionan la conexión de los cables de cada país a la red mundial intercontinental. Ahora bien, las empresas que proporcionan estos servicios son realmente reducidos, y lo son más a nivel “vertebral”. Como nos explica Zuazo:

Si los proveedores de tránsito locales son pocos y concentrados, los de las comunicaciones internacionales lo son aún más. Y, como son los dueños de los caños que cruzan países y continentes, todo el planeta les paga a ellas para comunicarse. Entre estas empresas la más importante es Level 3, que se encarga de resolver las necesidades del 72% del mercado mundial. En términos concretos: 72 de cada 100 palabras que intercambia cualquier ser humano de la Tierra vía Internet pasan por su infraestructura. La compañía, con sede en Bloomfield, Colorado, Estados Unidos, tiene una gran presencia en América Latina, especialmente en Argentina, Brasil, Chile Colombia, Ecuador, Perú y Panamá, por donde circulan sus redes, construidas en forma de anillo de fibra óptica. Junto con ella, las otras empresas que se encargan de la mayor parte del tráfico internacional son Cogent Communications, Tinet (ambas con sede en Estados Unidos) y Telia Sonera (Estocolmo, Suecia), entre otras (Zuazo, 2015, pág. 74).

Concluyendo que, “aunque la Red se componga de un despliegue horizontal de infraestructura en millones de rincones muy dispersos, su estructura está integrada verticalmente” (Zuazo, 2015, pág. 74).

Por otro lado, quienes de una u otra forma tienen el control de Internet, se encuentran los proveedores de contenido. Entre los que figuran Mark Zuckerberg, dueño de Facebook, “la red social que conecta al 40% de los usuarios de Internet del mundo. (...) y Larry Page y Sergei Brin, propietarios de Google” (Zuazo, 2015, pág. 75). Ahora bien, es cierto que los generadores de contenido son los propios usuarios de Internet (a los que ahora llamamos *influencers*, son usuarios que, debido a su constancia en publicación de contenido –fotografías, videos, blogs, etc.–, han ganado cierto reconocimiento por el resto de usuarios, medido por su cantidad de seguidores y subscriptores, en las principales plataformas virtuales). Sin embargo, los creadores de las plataformas donde estos usuarios crean sus perfiles y cuelgan sus contenidos (millones de datos) son empresas específicas, monopolizadas, hoy en día, por Google y Facebook.

Como Zuazo señala,

Google llegó a dominar Internet como Julio César dominó Roma. Antes de él (de César y de Google) había un estado de caos. (...) La Red, por su parte, era una colección de documentos asociados entre sí, pero desordenados, donde era imposible separar lo valioso

de lo insignificante, lo cierto y lo falso. En medio de esa Internet anárquica llegó Google. El 27 de septiembre de 1998, desde California, presentó un motor de búsqueda simple que clasificó el caos para los usuarios y dio el primer paso con el que sentó las bases de su imperio. (...) El secreto era que su técnica de búsqueda imitaba el modo en que el cerebro humano recuerda la información. Fue fácil adoptarlo porque entró en nuestra mente como una herramienta más, como una extensión de nuestros pensamientos¹³ (2015, pág. 270).

Las grandes innovaciones tecnológicas de Google (Internet de las cosas –gafas, automóviles, asistentes domésticos, teléfonos inteligentes, cámaras 360°, etc.–, servicios informáticos –traductor, mensajería electrónica, video llamadas, geolocalización, *software*, etc.–) fueron posibles gracias al fundamento esencial en el que se basa su negocio. En palabras de Zuazo,

Google es una compañía de publicidad. La más grande del mundo. Su modelo de negocio reside en tener la información [recolección y administración de información masiva] más actualizada de sus usuarios –es decir, de nosotros–, que somos a su vez consumidores en miles de otros sitios. Le interesa saber no sólo qué hacemos, qué nos gusta y qué compramos (...), sino qué vamos a querer hacer, qué nos va a gustar y por qué vamos a estar dispuestos a pagar mañana. (...) [Google] controla un tercio de toda la publicidad digital del mundo y más de la mitad de móviles (...) Los ingresos de Google, de hecho, están compuestos en un 91% por ganancias de publicidad. (2015, pág. 272;273)

Facebook, con alrededor de 1350 millones de usuarios en el mundo, es el segundo sitio más visitado de Internet. Es dueño de WhatsApp e Instagram. (Zuazo, 2015) Su desarrollo tecnológico también comenzó con un algoritmo. Pero su éxito, a diferencia de Google, se basa en “ver y ser visto”. Hoy en día Facebook es una plataforma de múltiples formas de expresión: artística, política, romántica, humorística. Además, se ha convertido en una extensión de la hoja de vida. En efecto, los usuarios dedican su tiempo en acomodar y adornar sus muros y perfiles con una amalgama de recursos simbólicos (sonajeros sociales) que representen sus gustos, intereses, inclinaciones sexuales, ideas políticas, en una palabra, *quienes son en verdad*. Y son justamente estos factores (un espacio de exhibición y espectáculo público) lo que genera valor en Facebook (el capital de Facebook radica en la filtración correcta de información de sus usuarios a través de herramientas que generen un compromiso “personal” con la plataforma digital). Zuazo describe como Facebook es por excelencia

¹³ Además, también concluye que Google “es un espejo que nos devuelve respuestas a nuestras preguntas, pero antes las clasifica, desde una visión del mundo: aquella que construyeron un grupo de hombres y mujeres desde un lugar de California” (Zuazo, 2015, pág. 272). Este es quizás el punto más relevante para nosotros, puesto que se trata de una suerte de *extrapolación* ideológica de prácticas y disposiciones al planeta entero.

un “laboratorio de comportamiento humano extenso y diverso”. Gracias al enorme volumen de *big data* que poseen, y a sus propias inversiones en investigación científica (entre ellos ingenieros informáticos y sociólogos que trabajan para Facebook Data Science), son capaces de hacer estudios y experimentos de comportamientos colectivos alterando algunas herramientas de la plataforma virtual (Zuazo, 2015). No está demás mencionar que muchísimas industrias, empresas y gobiernos están interesados en comprar esos datos para mejorar sus estrategias (recordemos el caso de Cambridge Analytica sobre la supuesta venta de datos de los usuarios de Facebook para propósitos políticos).

El éxito de “penetración”, tanto de la tecnología digital y de sus empresas que la mantienen en constante actualización, reside en volverse indispensables y ubicuas. La fascinación y la dependencia con la tecnología hacen olvidar el carácter social y arbitrario de la relación entre tecnología y poder. Como menciona Lazzarato:

Las máquinas cibernéticas organizan un funcionamiento modular, repartido y descentrado, (...) No se limitan a registrar, almacenar y transmitir la información. Constituyen plataformas de autorregulación y retroacción sobre lo social, lo económico y la subjetividad, pero siempre es la axiomática, la maquina social capitalista, la que las enmarca y las limita (2015, pág. 204; 205).

Lo que estamos tratando de demostrar es que los avances de la tecnología digital, su difusión alrededor del planeta y su consecuente ubicuidad no es un hecho fortuito. Al contrario, es gracias a los intereses de crear un ambiente propicio para establecer un orden social particular (idealizado por agentes particulares) la razón por la cual ahora las tecnologías digitales parecen indispensables y necesarias. La *web* no es una herramienta neutral, impone las condiciones de su uso, es decir, exige un conocimiento práctico, necesita del consenso (tácito e inmediato) de todos sus usuarios. La *web* demanda el reconocimiento de su indispensabilidad, de su importancia, y de su fatalidad, en una palabra, *demanda el reconocimiento de su fuerza*. En efecto, la *web* es una fuerza que conecta de manera objetiva a usuarios mediante inmensos canales invisibilizados, millones de impulsos eléctricos (o bits) que contienen nuestros datos (nuestros gustos, nuestros intereses, nuestras significaciones del mundo). Fuerza coercitiva que busca abarcarlo todo (personas y objetos), que está en constante actualización para garantizar su permanencia (haciendo de sí misma una máquina de destrucción creativa) y que logra imponer sus propios mitos (la realidad virtual, el mundo cibernético, el mundo digital, el ciberespacio, más allá de sus definiciones técnicas, aglomeran unas representaciones sociales, casi un *ens realissimum*, que no son más que sistemas simbólicos, procesos constituyentes –en la terminología de Schütz–, de un orden social, a saber, el neoliberalismo que le

constituye al capitalismo digital), conquistando así también las prácticas de los usuarios que usan y están involucrados en la web.

Por ahora hemos intentado describir la arquitectura de Internet y la historia de las tecnologías (y actores interesados en su desarrollo) que impulsaron su alcance global. Ahora nos corresponde develar el orden social en el que sobrevive.

1.2.2 La historia económico-política del capitalismo informacional y “el nuevo espíritu del capitalismo”

Lo que entendemos como “historia económica del capitalismo informacional” es el paso (o el proceso) del paradigma industrial hacia el paradigma informacional. Los factores histórico-económicos que permitieron dicha transformación están presentes en la actualidad a manera de exigencias tácitas en prácticas y condiciones económicas (como “vida material”). Nosotros consideramos seis factores como las bases históricas del capitalismo informacional: la revolución de tecnologías digitales, la americanización de la modernidad, el legado de mayo del 68, el ascenso del neoliberalismo, la constitución de la empresa-red (el modo de producción postfordista) y el colapso de la Unión Soviética (como división geopolítica entre primer mundo y tercer mundo).

Todos estos factores se condensan dentro del capitalismo informacional. Hagamos, pues, una revisión a cada una de las transformaciones económicas y políticas que dieron forma a lo que llamamos “capitalismo informacional”.

a) La americanización de la modernidad, o la universalización del american way of life

La historia económica del capitalismo posterior a la Segunda Guerra Mundial, está marcada en sus inicios por la distancia sistemática entre el capitalismo americano frente a la amenaza “totalitaria” del comunismo soviético. En concreto, la revitalización (e imposición) radical del liberalismo económico, es decir, la teoría económica neoclásica, va de la mano (a manera de razón suficiente para armarse y embestir la ideología soviética) con el compromiso de “defender la libertad” (que es, para esta teoría, el libre mercado) de la ola de revoluciones de corte socialista que “amenazaba al mundo”. La pregunta es ¿qué mundo estaba en amenaza permanente?

El compromiso americano con “defender la libertad” en el fondo significa una lucha conservadora por defender su propio orden “normal” de las cosas (el “sueño americano”), y una lucha por imponer una visión universal del mundo (el estilo de vida americano). Digámoslo mejor, el *status quo*, que gozaba la sociedad americana, (según deja en entredicho los teóricos neoclásicos, sobre todo Milton Friedman) se encontraba en amenaza por el ascenso de la Unión Soviética. Por esta razón, tanto economistas como políticos norteamericanos, habían encontrado una motivación de cohesión y reafirmación de los ideales del liberalismo económico (estructuralmente inconscientes), al apuntar y señalar un enemigo en común: “el comunismo”. La satanización del comunismo no tuvo como contrapeso una propuesta diferente al progresismo deliberado por el proyecto capitalista, o, una innovación revolucionaria del pensamiento económico. Al contrario, la propuesta fue llevar la utopía¹⁴ liberal del *laissez faire* al límite (considerándolo casi axioma de la naturaleza humana).

Bolívar Echeverría, en su ensayo sobre “la modernidad americana”, se pregunta por las razones históricas que hacen de la sociedad americana una sociedad comprometida con el progresismo (aceptación irrestricta al progresismo hoy en día generalizada, ya sea a nivel “personal” en la demanda social autorrepressiva “convértete en empresario de ti mismo”, o a nivel colectivo-nacional en la idealización recalcitrada de los modelos desarrollistas que no acaban de morir y siempre lanzan nuevas ilusiones cuando se actualiza la tecnología). ¿Qué clase de modernidad permitió la “subsunción total de la forma natural a la forma de valor”, es decir, el compromiso social y ético con la acumulación de capital? En sus ambages (que se traduce en una dialéctica de la forma natural –la reproducción material del sujeto condicionada a la estructura de las relaciones de producción¹⁵– y la forma de valor –económico abstracto, valorización del valor–), divide el proyecto de la modernidad capitalista en dos cortes, o modelos, históricos. Por un lado la modernidad europea, inacabada¹⁶ y autocrítica (de tal manera que en ella nació el pensamiento comunista), y del otro lado, la modernidad americana, como “contrarrevolución” de la autocrítica moderna, y comprometida con “una sollicitación o un requerimiento ético emanado de la economía¹⁷” (Echeverría B. , 2016, pág. 1).

¹⁴ Utopía que hoy en día se vive a manera de *tecnofilia* o *transhumanismo*, ambos fascinaciones derivadas del capitalismo informacional.

¹⁵ O, como lo llama en *Valor de uso y utopía*, el sujeto social (social e histórica).

¹⁶ La modernidad europea católica o mediterránea presentaba un grado de cristianización relativamente bajo debido a que provenía de un proceso de evangelización cuyo efecto destructivo sobre las identidades y las culturas paganas de las sociedades mediterráneas se encontró con fuertes resistencias. Si llegó a dominar fue gracias a que, cediendo a estas resistencias, siguió una “estrategia” peculiar de tolerancia ante las idolatrías, de integración o mestizaje de las mismas en una identidad y una cultura cristianas relativizadas y “aflojadas” para el efecto (Echeverría B. , 2008, pág. 5).

¹⁷ Echeverría, retomando las tesis de Weber: “un *ethos* de autorrepresión productivista del individuo singular, de entrega sacrificada al cuidado de la porción de riqueza que la vida le ha confiado (...) la del cristianismo protestante, y en especial la del puritanismo o protestantismo calvinista” (Echeverría B. , 2016, pág. 1).

Las características de la modernidad americana se fundamentan en su pasado protestante calvinista, es decir, ascético (de autosatisfacción sublimada) y comprometido a la “autorrepresión productivista” (Echeverría B. , 2011). Según Echeverría, este compromiso se traduce como un “progresismo llevado al extremo” y de “débil fuerza dionisiaca”, reemplazado sólo por el “consumo abundante permitido por la disposición de una cierta cantidad de dinero” (2008, pág. 13).

La “americana” es así una modernidad que promueve necesariamente el fenómeno del “consumismo”, es decir, de una compensación cuantitativa por la imposibilidad tantálica de alcanzar un disfrute cualitativo en medio de la satisfacción; consumismo ejemplificado claramente en el “*give me more!*” de la industria de la pornografía, en la precariedad del disfrute sexual en medio de la sobreproducción de orgasmos (Echeverría B. , 2008, pág. 13).

De esta manera, el proyecto capitalista encontró su fuerza de expansión en su versión americana. Universalizando patrones de consumo particulares, o, atados a condiciones específicas (“(...) valores de uso que se adelantan a los deseos del ser humano e infunde en él una necesidad que no es de él sino del capital, que satisface la suya, la de acumularse, a través de ella” (Echeverría B. , 2008, pág. 13)). Su visión del tiempo moldeada por la búsqueda de “lo mejor y lo más eficiente”, acelerando sin límites la acumulación de capital y el progreso (el autor lo llama *hybris* americana).

A estas características de la modernidad americana, (progresismo excesivo –*workholism*–, consumismo, debilidad dionisiaca, e *hybris*) debemos sumarle “un “racismo” constitutivo de la modernidad capitalista, un “racismo” que exige la presencia de una blanquitud de orden ético o civilizatorio como condición de la humanidad moderna” (Echeverría B. , 2016, pág. 1;2). Según nos explica, junto a la ética del ascetismo calvinista, también se reproduce la identidad de un “tipo ideal de hombre” capaz de satisfacer al “espíritu del capitalismo”. El capitalismo americano se distingue del europeo por su rechazo y aniquilación de otros mundos –modos de vida distintos, costumbres premodernas, sistemas lingüísticos heredados de otros pueblos, etc.–, puesto que le estorban al proyecto universalista-progresista.

En palabras de Bourdieu: “El universalismo abstracto sirve a menudo para justificar el orden establecido, el reparto vigente de los poderes y los privilegios –es decir, la dominación del hombre, heterosexual, euroamericano (blanco), burgués–” (1999, pág. 96; 97).

El aprendizaje del *sistema de disposiciones* de la blanquitud para vivir en la modernidad capitalista, implica, haciendo uso de las palabras de Bourdieu, “imponer un reconocimiento de la ley basado en el desconocimiento de la arbitrariedad que preside su origen” (1999, pág. 222). La blanquitud es una

forma de violencia simbólica¹⁸ que opera como una condición, o mejor dicho, una objetividad que se incorpora en las estructuras cognitivas y en los esquemas de percepción (que fundamentan las decisiones del conocimiento y los controles de la voluntad (1999)) de los agentes en el capitalismo contemporáneo, que, como ya hemos dicho, tiene como promotor a la modernidad americana.

Ahora bien, Echeverría hace una distinción histórica entre dos formas de “armonizar”, o hacer vivible, el hecho capitalista (2011): lo que él llama un “*ethos* realista” y un “*ethos* barroco”. El primero, impulsado sobre todo por la modernidad americana, se entiende como:

un comportamiento que se desenvuelve dentro de una actitud de identificación afirmativa y militante con la pretensión de creatividad que tiene la acumulación de capital (...) valorización del valor, desarrollo de las fuerzas productivas serían, dentro de este comportamiento espontáneo, más que dos dinámicas coincidentes, una y la misma, unitaria e invisible, [...] [además convierte en imposible] un mundo alternativo (2011, pág. 38).

El segundo, proliferado en América Latina, a diferencia del *ethos* realista, no se suma al hecho capitalista, “lo mantiene siempre como inaceptable y ajeno. (...) Es barroca la manera de ser moderno que permite vivir la destrucción de lo cualitativo, producida por el productivismo capitalista, al convertirla en el acceso a la creación de otra dimensión, retadoramente imaginaria de lo cualitativo” (Echeverría B. , 2011, pág. 39; 40).

No es nuestro menester, en esta investigación, profundizar sobre este último. Tampoco idealizamos al *ethos* barroco como salida o resistencia del capitalismo. Tan sólo rescatamos las multiplicidades de asumir el hecho capitalista. Es decir, los múltiples mundos que coexisten, de manera reprimida, en el capitalismo (tesis, por demás, braudeliana, a la que nos sumamos). El capitalismo no es una realidad uniforme y universal, se adapta sí, pero siempre desde perspectivas históricas diferentes.

Por esta razón, es el *ethos* realista, permeado en la modernidad americana y anclada en la blanquitud como rasgo “identitario” de la vida económica moderna, el *conatus* radical que llevó a cabo la expansión del modelo capitalista al resto del mundo.

¹⁸ “La violencia simbólica es esa coerción que se instituye por mediación de una adhesión que el dominado no puede evitar otorgar al dominante (y, por lo alto, a la dominación) cuando sólo dispone, para pensarlo y pensarse o, mejor aún, para pensar su relación con él, de instrumentos de conocimiento que comparte con él y que, al no ser más que la forma incorporada de la estructura de la relación de dominación, hacen que ésta se presente como natural; o, en otras palabras, cuando los esquemas que pone en funcionamiento para percibirse y evaluarse, o para percibir y evaluar a los dominantes (alto/bajo, masculino/femenino, blanco/negro, etcétera), son fruto de la incorporación de las clasificaciones, que así quedan naturalizadas, cuyo fruto es su ser social” (Bourdieu, 1999, pág. 224; 225).

(...) la constitución fundante, es decir, primera y ejemplar, de la vida económica moderna fue de corte capitalista-puritano, y tuvo lugar casualmente, como vida concreta de una entidad política estatal, sobre la base humana de las poblaciones racial e identitariamente “blancas” del noroeste europeo. Se trata de un hecho que hizo que la apariencia “blanca” de esas poblaciones se asimilara a esa visibilidad indispensable, que mencionábamos, de la “santidad” capitalista del ser humano moderno, que se confundiera con ella. La productividad del trabajo como síntoma de la santidad moderna y como “manifestación” del “destino” profundo (...) pasó a incluir, como acompañante indispensable, a la blancura racial y “cultural” de las masas trabajadoras. El rasgo identitario-civilizatorio que queremos entender por “blanquitud” se consolida, en la historia real, de manera casual o arbitraria sobre la base de la apariencia étnica de la población europea noroccidental, sobre el trasfondo de una blancura racial-cultural. A lo largo de tres siglos (del siglo XV al XVIII), esa casualidad o arbitrariedad se fue convirtiendo poco a poco en una necesidad y pasó a ser codeterminante de la identidad moderna del ser humano como una identidad civilizatoria capitalista, en su variante puritana o “realista” (Echeverría B. , 2016, pág. 3;4)

En otras palabras, si queremos hacer una radiografía de las bases de la cultura “global” (en sí una falacia ecológica), nos encontraríamos con un proyecto de universalización, más o menos logrado, del *american way of life* (“el sueño americano”), a través de diferentes aparatos e instituciones.

De esta manera, es necesario mencionar, aunque recaiga en argumentos ya bastante estudiados, el dominio cultural que tiene la modernidad americana en el capitalismo contemporáneo (extendido en todo el planeta en miles de expresiones, de manera más visible en el mercado mundial de la industria cultural¹⁹), y que se impone a costa de contextos y condiciones diferentes alrededor del mundo. Este hecho no es algo baladí, define los matices que tomó el capitalismo a partir de finales de la Segunda Guerra Mundial:

La europea y la (norte-) americana son dos ramas de la historia moderna que se reencontrarán a partir de la segunda mitad del XIX, tres siglos después de su separación. Para entonces, mientras la primera ha llevado a la modernidad capitalista a un estado

¹⁹ El triunfo de la “modernidad americana”, la demostración de la superioridad del *american way of life* sobre los otros modos de ser moderno dentro del capitalismo, se viene dando gracias a un proceso de permanente “negociación civilizatoria” que se vuelve especialmente perceptible en el intento que hace la “industria cultural” (...) a escala mundial, de poner la creatividad festiva y estética de la sociedad al servicio del autoelogio práctico que el *establishment* capitalista necesita hacerse cotidianamente (Echeverría B. , 2008, pág. 19).

crítico de autonegación, la segunda la ha conducido a uno de realización plena. (...) Los vasos comunicantes que se instalan entre ambas versiones de la modernidad capitalista no estarán al servicio de un “retorno”, de una reinserción de la versión “americana” en la “europea”, sino al de una invasión de ésta por la primera, que intentará absorberla y sustituirla en un proceso lento y todavía inacabado en la presente vuelta de siglo. La simbiosis de ambas inyecta savia nueva y revitaliza a la “modernidad europea”, sobre todo a partir de la segunda posguerra europea del siglo XX (Echeverría B. , 2008, pág. 9).

La modernidad americana, es decir, el matiz que se esconde tras el capitalismo en la segunda mitad del siglo XX, había encontrado sus canales de difusión junto con la expansión de la revolución industrial en Europa, en el pleno desarrollo del “ímpetu productivista abstracto de “la producción por la producción misma”, propio de la acumulación de capital” (Echeverría B. , 2008, pág. 10). Posterior a los efectos destructivos en Europa de la Segunda Guerra Mundial, los planes de reconstrucción financiados por Estados Unidos (en concreto el Plan Marshall), y las estrategias para crear un sistema internacional económico y de cooperación internacional, abrieron las puertas para la inserción tanto de empresas norteamericanas, como el despliegue de la “modernidad americana”.

“En el plano internacional, un nuevo orden mundial era erguido a través de los acuerdos Bretton Woods, y se crearon diversas instituciones como la Organización de las Naciones Unidas, el Banco Mundial, el Fondo Monetario internacional y el Banco de Pagos Internacionales de Basilea, que tenían como finalidad contribuir a la estabilización de las relaciones internacionales.” (Harvey, 2007, pág. 16)

El proyecto expansionista de la modernidad americana tuvo su punto más alto de apogeo en dos momentos históricos: el posterior a la Segunda Guerra Mundial, y a partir de los años 70's en los inicios de implantación de políticas neoliberales alrededor del mundo.

La Guerra Fría no sólo trajo consigo la retórica del desprecio a las ideologías de izquierda y el terror y la paranoia de catástrofes nucleares. Su conquista más grande fue universalizar el estilo de vida americano, como sinónimo del desarrollo y esencia de la libertad. Al auto-revelarse la amenaza del *american way of life*, este encontró toda la legitimidad para universalizar sus condiciones particulares como si se tratase de condiciones humanas.

¿Pero cómo y de qué formas se extendió este proyecto universalizador? y ¿cómo define todo esto a la economía y a la política? Pues a la economía reduciéndola a mero mecanismo que acelere la producción desmesurada en vistas de la acumulación de capital, y a la política desapareciéndola o

reduciéndola a instrumento jurídico que valide el proyecto expansionista y silenciando a todo argumento que atente contra ese mundo idealizado al cual se ha consagrado el sueño americano. Por otro lado, el golpe decisivo del proyecto de universalización del capitalismo norteamericano fue el neoliberalismo.

b) *El ascenso del neoliberalismo*

Aunque el neoliberalismo se desarrolló plenamente a finales de la década de los setenta y a comienzos de los ochenta en Estados Unidos, Inglaterra y China (Harvey, 2007), sus fundamentos pueden registrarse años antes. No sería justo decir que el neoliberalismo empieza con una escuela (por ejemplo la teoría económica neoclásica de la Escuela de Viena o la Escuela de Chicago) o con un grupo de hombres (Smith, Mill, Hayek o Friedman), cuando las ideas y valores de donde nació tienen raíz en la génesis del *ethos* realista y la propia cultura norteamericana²⁰.

En palabras de Bourdieu,

La economía neoliberal, cuya lógica tiende hoy a imponerse en todo el mundo por conducto de instancias internacionales (...), debe unas cuantas de sus características presuntamente universales, al hecho de estar inmersa, *embedded*, en una sociedad particular, es decir, arraigada en un sistema de creencias y de valores, un *éthos* y una visión moral²¹ del mundo; en síntesis, un *sentido común económico* ligado, como tal, a las estructuras sociales y cognitivas de un orden social particular. Y la teoría económica neoclásica toma de esta economía particular sus presupuestos fundamentales, que formaliza y racionaliza, para erigirlos así en fundamentos de un modelo universal (Bourdieu, 2002, pág. 24).

Sin muchos rodeos, llamemos al neoliberalismo como lo que es:

una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano, consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo, dentro de un marco institucional

²⁰ Las disposiciones económicas más fundamentales, necesidades, preferencias, propensiones, no son exógenas, esto es, dependientes de una naturaleza humana universal, sino *endógenas* y dependientes de una historia, que es la misma del cosmos económico en que se exigen y recompensan (Bourdieu, 2002, pág. 22).

²¹ (...) el encuentro inesperado de una moralidad que busca la salvación eterna (celestial) a través de la entrega compulsiva al trabajo productivo (el “*workholism*” de nuestros días) (...) (Echeverría B. , 2008, pág. 13).

caracterizado por derechos de propiedad privada, fuertes mercados libres y libertad de comercio (Harvey, 2007, pág. 8).

En otras palabras, el neoliberalismo es un economicismo radical, que cree que el fondo del comportamiento humano se rige espontáneamente (como un voluntarismo absoluto) por las reglas del *laissez faire* mercantil. Da por sentado valores universales intrínsecos al hombre²² (una forma de libertad, una forma de propiedad, etc.), y superpone la racionalidad puramente matemático-económica como un universo platónico inalienable, cuya lógica, objetiva y desinteresada, no está contaminada por estructuras sociales. Es decir, es una creencia en la economía como una ciencia pura que se acerca más a la descripción de un mundo puro e ideal, y que analiza mejor que ninguna otra ciencia social el comportamiento humano.

A pesar de que la teoría neoliberal promulgue la poca intervención del Estado porque supondría la centralización y control de las actividades económicas, no puede desligarse de él. Como dice Lazzarato, “los liberales no tratan de gobernar lo menos posible sino, al contrario, de gobernar todo, hasta el detalle más ínfimo” (Lazzarato, 2015, pág. 12). En efecto, es a través del Estado que comienza la privatización de todo sector de la riqueza social, y la desregularización de mercados e industrias (sobre todo el financiero). Para David Harvey, el papel del Estado es determinante para el establecimiento del neoliberalismo:

El papel del Estado es crear y preservar el marco institucional apropiado para el desarrollo de estas prácticas. Por ejemplo, tiene que garantizar la calidad y la integridad del dinero. Igualmente, debe disponer las funciones y estructuras militares, defensivas, policiales y legales que son necesarias para asegurar los derechos de propiedad privada y garantizar, en caso necesario mediante el uso de la fuerza, el correcto funcionamiento de los mercados. Por otro lado, en aquellas áreas en las que no existe mercado (como la tierra, el agua, la

²² Friedman afirma, en *Capitalismo y Libertad*, que el mercado libre, propiedad intrínseca del capitalismo competitivo, es una condición necesaria de la libertad individual. Para él, el capitalismo es un sistema económico en el que está inscrita la libertad económica como un fin en sí mismo, puesto que no sólo es un medio para la libertad política y civil, sino para la imposición del beneficio individual. El poder público y la libertad política no es nada más que el ejercicio de la libertad económica. La economía libre, se auto-organiza o coordina, gracias a la cooperación voluntaria, puesto que “ambas partes de una transacción económica se benefician siempre que la transacción sea bilateralmente libre e informada” (2012, pág. 4). Y así continúa describiendo como la economía es un reino absolutamente neutral y de beneficio colectivo. Como si no estuviera regido por estructuras sociales o relaciones de poder, o, si lo está, de lo que se trata es de eliminar esas relaciones e instituir estas otras relaciones libres. Para este autor, lo social y su historia son un estorbo para el desarrollo del único sistema social, forma de pensamiento y única ética humana que funciona y satisface a todos: la derivada de la economía de la libre empresa privada. Así, borra del mapa a poblaciones enteras que tienen pensamientos y mundos diferentes, puesto que el único pensamiento, la cúspide del ser humano está en la razón economicista.

educación, la atención sanitaria, la seguridad social o la contaminación medioambiental), éste debe ser creado, cuando sea necesario, mediante la acción estatal (2007, pág. 8).

Sin embargo, debemos hacer una diferenciación dentro del neoliberalismo. La difusión y aplicación global de las políticas neoliberales (desregularización, privatización, endeudamiento, etc.) no es lo mismo que escribir la teoría económica. Es decir, quienes impulsaron las políticas neoliberales, si bien fueron influenciados por las teorías neoclásicas (y, en algunos casos como en Chile, tuvieron influencia directa de la Escuela de Chicago), no fueron los redactores de la teoría, sino políticos, que más que inventores de modelos de desarrollo fueron ejecutores de planes geopolíticos financiados por organizaciones internacionales (como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM) y la Organización Mundial del Comercio (OMC)), empresas transnacionales y compañías financieras (en su mayoría estadounidenses y financiadas por el gobierno norteamericano).

La diferencia radica en sus efectos prácticos de la aplicación de la teoría y formulación teórica. Por un lado, unos escriben la teoría, haciendo abstracción del comportamiento socioeconómico en modelos matemáticos “puros” (“ese exceso de confianza en los poderes del discurso (...) y de vivir las revoluciones en el orden de las palabras [o de los números] como revoluciones en el orden de las cosas” (Bourdieu, 1999, pág. 11)), y en condiciones de *scholé* completamente desligados de las exigencias del trabajo y la explotación. Por otro lado, los que aplican los modelos, es decir quienes disponen tanto de los aparatos del poder como el reconocimiento legítimo, no sólo no necesitan entenderlos, sino que los imponen ciegamente destruyendo y haciendo imposible la vida (social y biológica). (Los casos de esta destrucción en el mundo son innumerables, y en Latinoamérica no lo es menos, pero sólo por su carácter deshumanizado quisiera traer a la memoria la “Guerra del Agua” en Cochabamba-Bolivia, en donde el Banco Mundial, la transnacional Bechtel, y el presidente Banzer, en el año 2000, decidieron privatizar el agua potable (Abbott, Achbar, & Bakan, 2005)).

El peso de esta relación de fuerzas (acumulación de capital, es decir, de poder) entre el campo político, económico y académico, cae a favor del neoliberalismo. El neoliberalismo se vuelve la medida de valor con la que se miden todos los gobiernos, modelos económicos, propuestas académicas y movimientos sociales. De esta manera: “Posee penetrantes efectos en los modos de pensamiento, hasta el punto de que ha llegado a incorporarse a la forma natural en que muchos de nosotros interpretamos, vivimos y entendemos el mundo” (Harvey, 2007, pág. 9).

Como es evidente, el neoliberalismo se torna en una doble estructura: en estructura de distribución de capital (favoreciendo a quienes reciben los beneficios de la desregularización, privatización, etc.)

y en una estructura de *disposiciones*²³ (estructuras mentales, o, como hemos visto, un tipo de *ethos* que se adapta a contextos históricos diferentes) para su propia reproducción. Y gracias a la hegemonía que adquiere por medio de su expansión (principalmente a través de la deuda, que, según Lazzarato, es la forma de la economía neoliberal por excelencia), se crean muros casi infranqueables que aíslan poblaciones enteras y se enclaustran campos cada vez más encerrados en sí mismos (como el económico y el político). Así, no sólo se silencian miles de voces, sino que se vuelven ininteligibles para un *sentido común* dominado por el lenguaje empresarial (convertir al ciudadano en empresario de sí mismo, o en una empresa individual) propio de la racionalidad neoliberal.

Una de las razones que hace aceptable de manera espontánea al neoliberalismo, es que en la vida práctica se encuentran las condiciones objetivas para que la asociación directa entre libertad y beneficio individual sea una realidad y no sólo un modelo económico. Esta equivalencia (libertad=beneficios económicos) elimina la ambigüedad de la idea de libertad, hace casi imposible la ambigüedad de la palabra porque a ciertas prácticas se las nombra acciones libres (actos de consumo, contratos de trabajo, etc.). La “libertad” económica se impone de manera objetiva en forma de necesidad, o, mejor dicho, de exigencia tácita a manera de “sentido común” y como exigencia económica coercitiva. Como diría Harvey:

Para que cualquier forma de pensamiento se convierta en dominante, tiene que presentarse un aparato conceptual que sea sugerente para nuestras intuiciones, nuestros instintos, nuestros valores y nuestros deseos así como también para las posibilidades inherentes al mundo social que habitamos. Si esto se logra, este aparato conceptual se injerta de tal modo en el sentido común que pasa a ser asumido como algo dado y no cuestionable. (Harvey, 2007, pág. 10))

¿Pero cómo llegó el neoliberalismo a imponerse en el mundo? Hasta ahora hemos visto en qué se caracteriza, pero no los medios (instrumentos) y mecanismos en que ha llegado a imponerse en todo el mundo. En primer lugar, rescatemos la importancia de dos factores que son “codependientes” para su crecimiento y desarrollo: las tecnologías digitales basadas en Internet y la empresa-red. Como describe Harvey, cuando se refiere a la expansión de las empresas transnacionales:

esto exige tecnologías de creación de información y capacidad de almacenar, transferir, analizar y utilizar enormes bases de datos para guiar la toma de decisiones en el mercado

²³ Nuestro propósito es demostrar como la web 2.0 se convierte en uno de los mecanismos más efectivos para generar disposiciones adaptadas a las exigencias neoliberales. Incluso en exigencias tácitas, como en la demanda de tener un perfil en cualquier red digital para poder participar dentro de las relaciones sociales contemporáneas.

global. De ahí la búsqueda y el intenso interés del neoliberalismo en las tecnologías de la información (lo que ha llevado a algunos a proclamar la emergencia de una nueva clase de “sociedad de la información”) (Harvey, 2007, pág. 10).

Hemos optado por priorizar ambos factores para enmarcar las características del paradigma informacional. Consigo, empresa-red (corporaciones transnacionales) y tecnología digital (se sobreentiende conectadas a Internet), se hace efectivo los mecanismos de desregulación de los mercados financieros (y, por ende, distribuir internacionalmente las transacciones de créditos, generando enormes bancos de información digital sobre la deuda, útil sobre todo para el mercado bursátil), la descentralización de las operaciones de las empresas transnacionales (dividendo las funciones operativas de la empresa geográficamente, motivadas por la desregularización de los mercados), y en general la comunicación transatlántica que permite la actualización de información de manera inmediata. Con respecto a Internet y la empresa-red como instrumentos de difusión del neoliberalismo, Castells menciona que:

Las corporaciones multinacionales y sus redes de producción son simultáneamente instrumentos de dominio tecnológico y canales de difusión tecnológica. Las corporaciones multinacionales llevan a cabo la mayor parte de la I+D no pública y usan ese conocimiento como un activo para la competencia, la penetración en el mercado y el apoyo gubernamental. (...) Una vez garantizada la conexión tecnológica, el proceso de generación y difusión de la tecnología se organiza en torno a redes transnacionales de producción, en gran medida con independencia de la política gubernamental. Sin embargo, el papel de los gobiernos sigue siendo esencial para aportar los recursos humanos (2011, pág. 163; 164).

Por otro lado, hemos insistido en que el neoliberalismo no es el resultado de un proceso evolutivo, es decir, cúspide de la forma de organización económica. Sino, se apoya en decisiones políticas concretas, movidos por personas concretas. En palabras de Castells,

las decisiones políticas (...) las toman personas que, además de representar a gobiernos y tener intereses políticos, tienen un interés personal en un proceso de globalización que se ha convertido en una fuente extraordinaria de riqueza potencial para las élites del mundo (2011, pág. 184).

Estas decisiones, es decir, los mecanismos que dieron forma a los intereses y decisiones, se caracterizaban por: “la presión política, bien a través de la acción gubernamental directa, bien a través de la imposición del FMI/OMC. Sólo después de que las economías se liberalizaran afluiría a ellas el

capital global” (Castells, 2011, pág. 178). Además, como medida de coerción, las economías que no se sumaban, eran

“sancionadas con duros aranceles en los mercados solventes, lo que excluía las oportunidades de desarrollo obtenidas al aumentar la cuota de mercado en los mercados que se concentra la riqueza [y forzando a que] países en vías de desarrollo adoptar[an] un enfoque de libre comercio, renunciando a las políticas de sustitución de importaciones” (Castells, 2011, pág. 178;179).

Esto no significa que no consideremos importante el peso de la influencia militar de Estados Unidos para imponer sus modelos de desarrollo (como en Irak o Chile). Nuestro argumento radica en que, la intervención militar, aunque determinante en ciertos países, no tiene el mismo peso, en términos de conquista de los mercados, que el informacionalismo, que, como hemos dicho ya, es la arquitectura en la que se sostiene capitalismo contemporáneo. Además, la intervención militar fue un factor que también lo utilizó la Unión Soviética (en Checoslovaquia, algunos países bálticos y balcánicos), y, sin embargo, su modelo económico no prosperó. A diferencia del informacionalismo, la economía estatizada de la Unión Soviética se basaba en la planificación centralizada por la *Nomenklatura* del Partido Comunista de la Unión Soviética (Castells, 2001). Lo que les diferenciaba era la forma de apropiación del excedente económico producido por la sociedad. Mientras que en el capitalismo informacional el excedente se lo apropian las organizaciones económicas interconectadas a escala global, a través de la competencia (innovación o destrucción creativa basada en tecnologías de la información) y la maximización de beneficios económicos; el estatismo buscaba la maximización de poder, es decir, “hacia el incremento de la capacidad militar e ideológica del aparato estatal para imponer sus objetivos a un número mayor de sujetos y a niveles más profundos de su conciencia” (Castells, 2001, pág. 32). No debe resultar extraño que, apenas se desintegró la Unión Soviética, en un intento por sumarse al sistema económico internacional, el poder se haya dirigido exclusivamente a los oligarcas a quienes Yeltsin les entregó el control de las industrias estatales (extractivas de recursos primarios que eran la única fuente económica que sostenía a la URSS) (Castells, 2001).

De igual forma, no queremos decir que el neoliberalismo, potenciado gracias a las tecnologías de la información y la empresa-red, haya sido la cúspide de una nueva forma de expresión social autoorganizada por fuera de intereses políticos. Al contrario, creemos que “la necesidad de otra «economía» nunca es económica; siempre es exclusivamente política, porque el crecimiento, la ganancia y el desarrollo son relaciones de poder antes que relaciones económicas” (Lazzarato, 2015, pág. 34). Como hemos dicho antes, los principales beneficiarios siempre se encontraron en países del centro (en especial Estados Unidos), y en esos países, las clases dirigentes junto a las clases políticas

se han beneficiado desde los años setenta hasta la actualidad de “imponer un gobierno del 1%, para el 1%, por el 1%” (Lazzarato, 2015, pág. 28).

Por lo tanto, la economía global se constituyó políticamente. La reestructuración de las empresas y las nuevas tecnologías de la información, aunque están en el origen de las tendencias de globalización, no habrían podido desarrollar por sí mismas una economía global interconectada sin políticas de desregulación, privatización y liberalización del comercio y la inversión (Castells, 2011, pág. 184).

En fin, la expansión del neoliberalismo como modelo político-económico y pensamiento único en todo el planeta, ha transformado la estructura de la economía del capitalismo contemporáneo. Esta estructura fue posible gracias a la descentralización que permitieron las tecnologías informáticas, que, más que un tema superficial, es la razón de la interconexión de los mercados mundiales, especialmente del mercado financiero. Este último es el punto más sensible de la economía contemporánea, ya que ha envuelto en una sola red a todas las empresas multinacionales dentro del mercado bursátil, haciendo posible la creación de productos financieros puramente matemáticos y digitales.

El cambio institucional y la innovación tecnológica transformaron el mundo financiero en los años noventa. (...) En la raíz de la transformación financiera estuvo la desregulación del sector y la liberalización de las transacciones financieras internas e internacionales durante los años ochenta y noventa, primero en los Estados Unidos y el Reino Unido y después, gradualmente, en la mayor parte del mundo. (...) La industria financiera aprovechó esta nueva libertad para reinventarse organizativa y tecnológicamente. (...) El carácter abierto y el dinamismo de los mercados financieros y su integración global atraen capitales cada vez mayores de todas las fuentes y nuevos productos financieros que crean valor a partir de la negociación de títulos. La titulación de todas las fuentes potenciales de valor es la clave de la nueva industria financiera. Casi cualquier cosa puede convertirse en un título financiero y negociarse en el mercado financiero. Por consiguiente, los mercados financieros se convierten en la red estratégica, dominante, de la nueva economía (Castells, 2011, pág. 190; 191; 195).

Ahora bien, no podemos dejar de lado el núcleo en donde se reproduce esta estructura económica. A saber, la empresa-red, y la nueva cultura empresarial, son parte fundamental de la arquitectura de la web 2.0 en todas sus plataformas (se incorporarán también dentro del sentido común de los usuarios, como veremos en el capítulo II). A continuación trataremos mejor este tema.

c) *La empresa red y el capitalismo cultural*

Al comienzo del capítulo hemos dicho que parte de la obnubilación de la web 2.0 es la generalización de un lenguaje futurista y mecanicista, que, en el afán de estar “actualizado”, termina por desfigurar tanto el propósito de estas palabras como el mundo que intenta denominar. La divulgación de las terminologías informáticas, y su resignificación en el sentido común, crean un halo, o un espectro, de la lógica del sentido de su utilización e incorporación en la sociedad. Y puede registrarse históricamente, a partir de mediados de los años setenta (en el auge del neoliberalismo), cuando entendemos el proceso en el que la industria, y la empresa, pasaron del fordismo (producción en serie) al postfordismo (producción flexible).

Los cambios de la organización, llamada generalmente postfordista, están relacionados con la reestructuración del capitalismo, y las exigencias que suponía la economía cambiante a finales del siglo XX. Estos cambios, en resumen, fueron:

(...) a partir de mediados de los años setenta hubo una gran divisoria (industrial o de otro tipo) en la organización de la producción y los mercados en la economía global; los cambios organizativos interactuaron con la difusión de la tecnología de la información (...) la meta fundamental de los cambios organizativos, en sus diversas formas, que hacer frente a la incertidumbre causada por el rápido ritmo de cambio en el entorno económico, institucional y tecnológico de la empresa, aumentando la flexibilidad en la producción, gestión y comercialización; muchos cambios organizativos trataron de redefinir los procesos de trabajo y las prácticas de contratación, introduciendo el modelo de «producción escueta» con el objetivo de ahorrar mano de obra mediante la automatización²⁴ de puestos de trabajo, la eliminación de tareas y la supresión de capas

²⁴ Sobre este punto, bastante controversial, que gira en torno a la robotización de los procesos de producción hay que romper dos mitos que le atraviesan. 1) Sobre el reemplazo de la fuerza de trabajo por la máquina autómatas (miedo proliferado, sobretudo en Estados Unidos, por conductores de camiones frente a los nuevos vehículos autónomos, sobretudo el *Tesla Semi*, y las tecnologías de autoconducción de la empresa Otto) y 2) Sobre la visión posmoderna-transhumanista, tanto apocalíptica como futurista-utópica, en la robotización de la vida en la que el ser humano es obsoleto o hayamos descubierto el secreto para ser sempiternos. Para responder a ambas nos unimos a los comentarios acertados de Lazzarato. Ambas preocupaciones responden a un mal planteamiento de la relación entre tecnología y capital (o poder). Es decir, suponer que la tecnología tiene un poder superior al poder del capital, casi como si estuviere cargado de un espíritu artificial, o, mejor dicho, como siguiente eslabón de la evolución del ser humano. Dichos argumentos se sustentan en un evolucionismo absoluto, (naturalismo), es decir, una realidad despolitizada (“coincidentalmente”, estos miedos divulgados mundialmente son socapados por la industria cultural norteamericana). Al contrario de este tipo de pensamiento, que se parece más al mito que a cualquier razón científica, nosotros creemos que el único “espíritu” que trae

directivas; la gestión del conocimiento y el procesamiento de la información son esenciales para el rendimiento de las organizaciones que funcionan en la economía informacional global (Castells, 2011, pág. 203).

En concreto, la mano de obra especializada, y su pronunciada demarcación de los puestos de trabajo en la línea de ensamblaje fordista, pasa a ser una mano de obra *especialista-multifuncional*, flexible y colaborativa (Castells, 2011). La diferencia radica en el cambio de organización de la jerarquía de la empresa. Pasa de la rigidez de la jerarquía vertical, a la jerarquía plana, u horizontal. Mientras que en el fordismo la mano de obra se limita a la acción monótona de repetir interminablemente una sola acción durante el proceso de producción, (sin confundirse con el resto de actividades que le corresponden a otros obreros, y sin mantener contacto con sus dirigentes), en el postfordismo la mano de obra se encuentra en retroalimentación y capacitación grupal permanente del conocimiento sobre los distintos procesos productivos, y colabora con sus dirigentes generando redes de producción “desjerarquizadas”. Como nos explica Castells,

La participación de los trabajadores en el proceso de producción, mediante el trabajo en equipo, la iniciativa descentralizada, mayor autonomía de decisión a nivel de planta de fabricación, recompensas por los logros del equipo y una jerarquía administrativa plana con escasos símbolos de posición en la vida cotidiana de la empresa (...) un modelo nuevo y original de gestionar el proceso laboral: el rasgo central y distintivo de [esta] vía fue desespecializar a los trabajadores profesionales y, en lugar de dispersarlos, convertirlos en especialistas multifuncionales. (2011, pág. 207; 209).

El cambio más importante radica en la capacidad de esta nueva forma de organización para crear lazos horizontales de transferencia de conocimiento. Es decir, la empresa se convierte, esencialmente, en creadora de un tipo de conocimiento intrínseco a las operaciones de la organización. Y es precisamente este “capital cognitivo” (Castells, valiéndose de la investigación de Ikujiro Nonaka, rescata la importancia del “conocimiento tácito” y “conocimiento explícito” de la mano de obra en el proceso de producción) un valor adicional que cuenta tanto para mejorar los procedimientos productivos como para la innovación. Además, la horizontalidad de las relaciones laborales, y sus redes de comunicación y retroalimentación, no sólo implican un intercambio de conocimiento que

consigno la tecnología es el propio espíritu de las relaciones sociales que lo sustentan, es decir, el capitalismo. Las relaciones de fondo tras la tecnología son relaciones de dominación. “(...) humano y no-humano van siempre a la par; pero esa relación puede configurarse de múltiples maneras, porque es el producto de una máquina social, de sus universos de valores y de sus mundos. (...) Las máquinas digitales aumentan la productividad al reemplazar el trabajo humano, pero no generan el desempleo. La crisis y el desempleo son categorías y políticas del capital” (Lazzarato, 2015, pág. 204). Parte de nuestra investigación es desembarazarnos de las ideas tecnófobas y tecnófilas poco fiables y sin fundamentos sociológicos.

obliga a generar un lenguaje y conocimiento común de los procesos de producción, sino que genera hábitos que se transmiten en el mundo exterior (fuera de la organización) (Castells, 2011).

Justamente la extrapolación de la cultura empresarial al mundo de la vida cotidiana genera un sentido común acondicionado a las exigencias de la industria moderna. Incluso podríamos decir que la vida cotidiana se ha acondicionado a la lógica de producción moderna (la “producción en red”). Pero este acondicionamiento hacia la cultura empresarial no ocurre meramente por la difusión espontánea de la mano de obra especialista-multifuncional en su nicho social (familiar, amistoso, en una palabra, sus lazos sociales). Se potencia gracias a las tecnologías de la información, las políticas neoliberales de liberalización de los mercados y a la descentralización de las compañías multinacionales (factores que no ocurrieron de manera separada sino conjunta).

En efecto, la interconexión de las empresas en una red internacional de producción, no sería posible sin la hegemonía del neoliberalismo y las tecnologías digitales conectadas a la arquitectura descentralizada de Internet. El modelo de redes multinacionales se apoya en la *subcontratación* y la desregulación de las leyes laborales de las naciones periféricas que crean mano de obra flexible. Las actuales “empresas horizontales”, caracterizadas por “la descentralización de sus unidades”, es decir, distribuir los procesos por fuera de la nación de origen, apuntando al mercado global, pero adaptable a la “información sobre el terreno” de cada mercado, se logra gracias a que “la tecnología de la información permite a la vez la recuperación descentralizada de esa información y su integración en un sistema flexible de creación de una estrategia” (Castells, 2011, pág. 215). Como resultado se configura un sistema de redes empresariales, basada en la competencia permanente (innovación o, más precisamente, destrucción creativa), absolutamente interdependiente, donde la regla para poder competir es el acoplamiento.

Ahora bien, existe un factor casi desapercibido en la difusión global de la cultura empresarial, y es la sintonía del ánimo liberal (neoliberal) con el espíritu libertario de la década de los setenta. La fusión no es nada contradictoria, y se resuelve históricamente dentro del “capitalismo cultural”. Como si se tratara de un giro irónico (o cínico) del legado histórico de Mayo del 68, su verdadero resultado fue otorgar al capitalismo el humanismo que le hacía falta. Todos estos movimientos se conjugan: las relaciones jerárquicas horizontales no solo hace aparecer a los directivos dentro del espacio de los trabajadores, sino que los convierten virtualmente en sus iguales. “De esta manera, el capitalismo se ve transformado y legitimado como un proyecto igualitario (...) incluso ha usurpado la retórica de la extrema izquierda sobre la autogestión de los trabajadores, transformándola de un eslogan anticapitalista en uno capitalista” (Žižek, 2011, pág. 62). La nueva ética empresarial de preocupación holística de la mano de obra (proporcionar garantías de salud mental y física, equipamiento y

protocolos de seguridad, etc.), sobrepasa a las obligaciones de la organización y se incorpora como un *deber* del trabajador. En el actual paradigma informacional, donde todos supuestamente se han “igualado” en términos de jerarquía empresarial, todos son responsables de su autogestión, de su mejoramiento continuo, en una palabra: su autoexplotación. Todos, como trabajadores especialistas-multifuncionales, deben convertirse en pequeños empresarios de sí mismos, deben encargarse de reproducir su vida como si se tratara de una empresa. La empresa en la era del capitalismo digital se apoderó del discurso libertario, es una institución preocupada por el individuo, preocupada por la libertad de sus trabajadores, que no deben sentirse como dentro de una fábrica gris y de hormigón, sino dentro de espacio iluminado y transparente lleno de ventanales donde no hay fronteras: donde la única frontera eres “tu mismo”.

Según Žižek, la característica novedosa del capitalismo contemporáneo es la incorporación de la crítica contra el consumo alienado dentro de las nuevas formas reticulares de producción. “La experiencia *auténtica* importa” (2011), este sería el corolario que heredó el capitalismo del espíritu libertario de los setenta: el afán por “el Verdadero Ser”. Lo que hoy en día proporciona la experiencia liberadora capitalista es que “no estamos comprando y consumiendo simplemente, al mismo tiempo estamos haciendo algo significativo, mostrando nuestra capacidad para preocuparnos y nuestra conciencia global participando en un proyecto colectivo” (2011, pág. 65). Junto con la reestructuración de la organización jerárquica de las empresas (es decir, la descentralización administrativa por medio de la gestión/producción en redes), también se incorporó una cultura “espiritualista”, un “hedonismo tolerante” de retórica “igualitaria y antijerárquica”:

El nuevo espíritu del capitalismo recuperó triunfalmente la retórica igualitaria y antijerárquica de 1968, presentándose a sí mismo como una victoriosa rebelión libertaria contra las opresivas organizaciones sociales características tanto del capitalismo empresarial [fordista] como el Socialismo Realmente Existente; un nuevo espíritu libertario personificado por capitalistas «serenos» e informales, como Bill Gates y los fundadores de las heladerías Bend & Jerry (Žižek, 2011, pág. 67).

Como puede notarse, la conquista del espíritu libertario de los años setenta y su fusión con el capitalismo informacional (y postfordista), “contribuyó hacer la vida más fácil [para un sector reducido de la sociedad] (...) pero no usurpó poderes” (Žižek, 2011, pág. 70). En efecto, los movimientos sociales actuales se congregan con el propósito de hacer más soportable al capitalismo. “Eso es lo que sucede con el derecho al divorcio, al aborto, al matrimonio homosexual, etc.; todos

son permisos enmascarados como derechos; de ninguna manera cambian la distribución de los poderes” (Žižek, 2011, pág. 70).²⁵

Como Žižek deja claro, el espíritu del Mayo Francés se convirtió en el mejor aliado de la reestructuración capitalista, ahondando aún más (tomando como referencia la hegemonía cultural del *american way of life*) en una actitud del todo despolitizada, donde el espectro libertario queda reducido a nuevos estilos de vida, consumo responsable y filantropía empresarial. A la par, las fronteras sociales se vuelven mucho más tajantes. Puesto que a las sociedades donde no llega el espíritu del hedonismo tolerante (en esencia liberal) se hunden en verdaderos agujeros donde prolifera la violencia (en muchos casos, agostados en relaciones pre-capitalistas dentro del capitalismo, es decir, en sus metrópolis).

¿No es esta separación tan tajante el verdadero resultado del capitalismo informacional? Como fuese, la reestructuración del capitalismo opera tanto en su forma de distribución del capital, su organización jerárquica, y sus nuevas redes de producción. Pero, además, en su “espíritu”, caracterizado por el hedonismo tolerante, cierra el círculo del nuevo orden mundial, digámoslo mejor, la estructura de las relaciones de dominación.

Y es precisamente en las fronteras que crea el capitalismo informacional donde radican las tensiones que ahora aquejan a nuestras sociedades. Los nuevos conflictos que se suman a las contradicciones capitalistas también tienen una estructura reticular. Empezando por las crisis ecológicas, pasando por los fenómenos de migración, las organizaciones delictivas internacionales (de tráfico de personas, de narcotráfico, de lavado de activos, de armas, etc.), entre otros, son el rostro incómodo, y el precio de “vivir en los tiempos del fin de la historia”.

Todas las crisis y conflictos resultantes del cambio de época podemos agruparlas dentro de esta serie de problemas entre el “Primer Mundo y Tercer Mundo”. Si en 1989 caía simbólicamente un mundo, ahora, veintinueve años más tarde, se han alzado miles de muros separando mundos trágicamente codependientes.

²⁵ Como demostraremos en las siguientes páginas, las plataformas web 2.0 se convierten en la bisagra de transferencia y divulgación de estos ideales y su lógica a escala global. Aleccionando a todos los usuarios hacia la normalización del neoliberalismo como único mundo posible.

d) *La caída del Muro de Berlín (la obsolescencia del industrialismo estatista)*

Dejando de lado el romanticismo de un mundo sin fronteras ¿Qué simbolizó realmente la caída del Muro de Berlín? ¿El fracaso del modelo socialista? ¿Significaba, por lo tanto, que la historia ha desmentido por sí misma la imposibilidad de la propuesta de la izquierda? Estas preguntas son necesarias realizarlas para obligarnos a quitar el velo mitológico que tenemos sobre “el socialismo” y la izquierda. Obliga a encontrar el fundamento de la fallida experiencia soviética del socialismo. Nos permite encontrar con dos puntos fundamentales: 1) Que la teoría, y los modelos de desarrollo, están atados a estructuras sociales (por ende culturas definibles); y 2) que la historia no puede desembarazarse ni pensarse por fuera de paradigmas. En efecto, el colapso de la Unión Soviética realmente muestra el colapso de un paradigma y de su modelo de desarrollo: el industrialismo estatista. De esta manera, si observamos las razones históricas que hicieron colapsar a la Unión Soviética podremos dar cuenta del peso estructural del paradigma informacional.

El punto principal de esta aseveración es que el industrialismo estatista de la Unión Soviética no fue un fenómeno “extraordinario” por fuera de lo imaginable. Al contrario, el industrialismo soviético estuvo anclado a la ola taylorista que también revolucionó la tecnología, la economía, la industria y la sociedad en el capitalismo norteamericano en la primera mitad del siglo XX.

Pero volvamos al punto inicial: ¿Qué cayó realmente con el Muro de Berlín? ¿Murió realmente el *conatus* mecanicista, instrumental y cartesiano del industrialismo? ¿Cómo se configuró el mundo con el ascenso del paradigma informacional y en qué se diferencia del industrialismo?

Pues bien, en palabras de Castells:

El derrumbamiento repentino de la Unión Soviética y, con él, la desaparición del movimiento comunista internacional plantean un enigma histórico (...) Después de todo, la Unión Soviética no sólo era una superpotencia militar, sino también la tercera economía más grande del mundo, el mayor productor mundial de petróleo, gas y metales raros, y el único país autosuficiente en recursos energéticos y materias primas. (...) La tecnología soviética parecía haberse rezagado en algunos campos fundamentales pero, en general, la ciencia soviética mantenía un nivel excelente en disciplinas esenciales: matemáticas, física, química (...) La difusión de esta capacidad científica en la aplicación tecnológica no parecía inalcanzable (...) ¿Cómo pudo, a finales de los años ochenta, un partido tan veterano y astuto, curtido en batallas interminables de reforma controlada, perder el control político hasta el punto de tener que recurrir a un golpe

desesperado y apresurado que acabó precipitando la desaparición del sistema? (...) Sostengo que la crisis galopante que sacudió los cimientos de la economía y la sociedad soviéticas a partir de los años setenta fue la expresión de la incapacidad estructural del estatismo y de la variante soviética del industrialismo para asegurar la transición a la sociedad de la información. (Castells, 2001, pág. 30;32)

En efecto, el principal problema de la Unión Soviética, fue la centralización²⁶ en un momento histórico que daba pasos gigantes hacia la producción y organización reticular. A pesar del colosal proyecto de convertir desde sus cimientos una sociedad que era principalmente rural y agraria, en una súper potencia industrial y primario-exportadora por medio del taylorismo industrial, su desastre fue lo que aparentaba ser su gran “virtud”: el monopolio de los aparatos estatales.

quizás la debilidad más devastadora de la economía soviética fuera precisamente la fuerza de su Estado: un complejo militar-industrial sobreextendido y un presupuesto de defensa insostenible. (...) El sector militar-industrial funcionaba como un agujero negro en la economía soviética, absorbiendo la mayor parte de la energía creativa de la sociedad y haciéndola desaparecer en un abismo de inercia invisible. Después de todo, la militarización de la economía es un atributo lógico de un sistema que asigna prioridad absoluta al poder del Estado en aras del poder del Estado (Castells, 2001, pág. 47).

La centralización se aferraba al cumplimiento, dictado por el Partido Comunista, de las metas del plan quinquenal. Los objetivos eran firmes e inamovibles, y se centraban en hacer producir al máximo las industrias estatales (con tecnología, para la época, arcaica) para cubrir las cuotas de producción. Con respecto a este punto Castells menciona que:

En los años ochenta la Unión Soviética produjo considerablemente más que los Estados Unidos en diversos sectores económicos importantes: un 80% más de acero, 78% más de cemento, 42% más de petróleo, 55% más de fertilizantes, el doble de hierro en bruto y cinco veces más tractores. El problema es que, mientras tanto, el sistema de producción mundial había desplazado su centro de gravedad a la electrónica y la química especializada, e iniciaba la revolución en la biotecnología, todos ellos campos en los que la economía y la tecnología soviéticas presentaban un retraso sustancial (2001, pág. 52)

²⁶ Castells menciona que para demostrar los riesgos más tajantes de la centralización y su incapacidad de fomentar la innovación, se puede tomar como ejemplo el enorme aparato burocrático soviético. Sin la posesión de tecnologías informáticas, era incapaz de procesar toda su información, dejando como resultado pilas enormes de archivos inservibles en departamentos burocráticos atascados en un reino del letargo sistemático.

Sin embargo, durante la década de los 70 y 80, es decir, el periodo de la expansión de la revolución de las tecnologías de la información, la Unión Soviética no dejó de invertir en tecnología y ciencia. Pero, a diferencia de Silicon Valley, la innovación tecnológica nunca dejó de apearse del Ministerio de Defensa. Además, las innovaciones logradas en ciudades del conocimiento soviéticas (la Akademgorodok), nunca rescataron el interés de las empresas industriales de la Unión Soviética, puesto que estas no estaban interesadas en la tecnología de vanguardia porque “sus planes de producción se ajustaban a la maquinaria que ya habían instalado y cualquier cambio en el sistema de producción significaba no poder cumplir las cuotas de producción que tenían asignadas” (Castells, 2001, pág. 59). En el mismo sentido, se juntaban dos problemas igual de importantes: era demasiado arriesgado para las industrias invertir en proyectos experimentales, y, el control de las industrias estatales, cada vez se concentraba en pocas manos (los futuros oligarcas) haciendo de estas un sector aferrado a los intereses rentistas de un sector parasitario de la producción.

Por último, la informática soviética se convirtió en fiel dependiente tecnológica de Estados Unidos:

En lugar de desarrollar su propia línea de diseño y producción, los centros y fábricas de electrónica de I+D (todos bajo el Ministerio de Defensa) se dedicaron al contrabando de ordenadores de Occidente, reproduciendo cada modelo en un proceso de ingeniería y adaptándolo a las especificaciones militares soviéticas. (...) ¿Por qué, paradójicamente, los militares y el KGB decidieron hacerse dependientes en tecnología de los Estados Unidos? (Castells, 2001, pág. 54; 55)

A pesar de que la Unión Soviética fomentó programas de investigación informática, el propio sistema estatista hizo imposible su desarrollo. Puesto que, como hemos visto, la esencia del informacionalismo es la difusión abierta, anclada en estructuras reticulares, de la tecnología y la información. Es decir, el fundamento del paradigma informacional, a saber, la red, era incompatible con el estatismo. Como concluye Castells:

Las características de la nueva revolución tecnológica, basada en tecnologías de la información y en la rápida difusión de estas tecnologías en una amplia gama de aplicaciones, hizo extremadamente difícil que el sistema soviético las asimilara y adaptara a sus objetivos propios. (...) Era imposible modernizar la tecnología de un segmento de la economía sin renovar todo el sistema. (...) La difusión de la tecnología de la información, tanto de máquinas como de conocimientos técnicos, difícilmente podía tener lugar en una sociedad donde el control de la información era crucial para la legitimidad del Estado y el control de la población. (...) Así pues, por su propia esencia,

el estatismo soviético impidió la difusión de las tecnologías de la información en el sistema social. Y sin la difusión, las tecnologías de la información no pudieron desarrollarse más allá de las asignaciones funcionales específicas recibidas del Estado, con lo que resultó imposible el proceso de innovación espontánea por el uso y la interacción de las redes que caracteriza al paradigma de la tecnología de la información. (...) Por lo tanto, en el núcleo de la crisis tecnológica de la Unión Soviética se encuentra la lógica fundamental del sistema estatista: la prioridad aplastante concedida al poder militar, el control político-ideológico de la información por el Estado, los principios burocráticos de la economía planificada desde el centro, el aislamiento del resto del mundo y la incapacidad de modernizar tecnológicamente algunos segmentos de la economía y la sociedad sin modificar todo el sistema en el que estos elementos interactuaban entre sí (2001, pág. 53; 60; 61)

Como es evidente, no queremos decir que el estatismo industrial es un modelo destinado al fracaso en sí mismo. En realidad, el proyecto soviético pudo autogestionarse y autoabastecerse por mucho tiempo. Sin embargo, la reestructuración capitalista se caracterizó por crear economías abiertas e interconectadas por empresas multinacionales que se adaptaban a los mercados de cada región. Es decir, empujaron al mundo a adoptar el modelo de desarrollo informacional, sobre todo por haber creado las condiciones de la dependencia económica con este modelo. Consiguiendo que el planeta entero se vuelva partícipe del proyecto neoliberal. Y con las grandes fortunas que obtuvieron los países del Primer Mundo, (gracias a la desregulación de los mercados financieros, la flexibilización de las leyes laborales, privatización de los sectores sociales, y liberalización de la riqueza social), la alianza entre el sector productivo y el sector financiero, permitió la inversión necesaria para impulsar el desarrollo informático. En otras palabras, el sistema económico, sus políticas y sus actores, obligo al mundo a optar por un sistema económico y un paradigma. De tal manera que hoy en día es una exigencia y una condición para poder participar.

¿Cómo está estructurado el mundo en el siglo XXI? ¿Cuál es su forma de distribución actual? Para poder comprender la estructura del mundo contemporáneo, es necesario salir del mero ámbito conceptual y dar cuenta de los resultados concretos del desarrollo informacional en la geografía socioeconómica del planeta. Y, frente a la caída de la Unión Soviética, la obsolescencia del estatismo industrial, el dominio de las tecnologías de la información como base de la reproducción del capital, la expansión hegemónica del neoliberalismo como política y como pensamiento único, es claro que la característica principal radica en la división entre las naciones y economías ancladas al informacionalismo como vanguardia o como periferia. Dentro del capitalismo informacional, las

economías y sociedades descartadas por el sistema, en su esfuerzo por sobrevivir y acoplarse, han llegado a construir, marginalmente, redes de miseria y violencia radical: el Cuarto Mundo.

“El ascenso del informacionalismo en el cambio de milenio va unido al aumento de la desigualdad y la exclusión en todo el mundo” (Castells, 2001, pág. 95). Según Castells (2001) es necesario distinguir los diferentes procesos de diferenciación y exclusión social dentro del informacionalismo. Los divide en dos grupos: la diferenciación social causada por la apropiación diferencial de la riqueza social (desigualdad, polarización, pobreza y miseria), y la diferenciación social de las relaciones de producción (individualización del trabajo, sobreexplotación de los trabajadores, exclusión social e integración perversa). Ambos son procesos que generan exclusión *sistemática*, es decir, “[procesos por los cuales] a ciertos individuos y grupos se les impide (...) el acceso a posiciones que les permitiría una subsistencia autónoma dentro de los niveles sociales determinados por las instituciones y valores en un contexto dado” (Castells, 2001, pág. 98). De esta manera, tanto el Estado (las políticas públicas), como el sector empresarial (prácticas empresariales), y la propia sociedad (prejuicios sociales, sobretudo la xenofobia), conforman la estructura de la desigualdad. Separando a la humanidad fracasada, arrojándola a los exteriores de la sociedad.

Las actuales periferias desconectadas del informacionalismo (aunque sean igual producto del informacionalismo) padecen de la doble problemática que trajo consigo el capitalismo informacional, absolutamente selectivo: por un lado “el *apartheid* tecnológico y económico”, y por otro “el Estado predatorio” del capitalismo salvaje. Ambos son los procesos de selección del capitalismo informacional para separar las sociedades y localidades valiosas de las no valiosas. Por esta razón, el sistema no solo desconecta a naciones enteras, también dentro de las ciudades la exclusión social sistemática genera enormes guetos empobrecidos. Como demuestra Castells:

Bajo la nueva lógica dominante (...) las áreas que no son valiosas desde la perspectiva del capitalismo informacional, y que no tienen un interés político significativo para los poderes existentes, son esquivadas por los flujos de riqueza e información, y acaban siendo privadas de la infraestructura tecnológica básica que nos permite comunicarnos, innovar, producir, consumir e incluso viven en el mundo de hoy (2001, págs. 99-100).

Como anverso del estatismo, el Estado predatorio es la estructura más cruenta de una nación contra su propia sociedad. En los sectores ya empobrecidos por años de explotación y colonización, la independencia y la búsqueda desaforada de explotación de recursos primarios, no trajo consigo ningún tipo de desarrollo. Al contrario, elevó una pequeñísima clase burocrática acomodada, que se valió del Estado para la acumulación privada proveniente de la explotación de recursos primarios.

Esta estructura, también llamada “Estado vampiro”, es la evidencia palpable del colonialismo cultural. Porque, a la par que esta clase burocrática se enriquecía con los recursos estatales, *imitaba todas las prácticas posibles de la pequeña burguesía anglosajona*. Destruyendo las propias economías nacionales, importando mercancías que van desde alimentos hasta vestimenta y ornamentos. A la par, las políticas de ajuste de las soluciones internacionales, no hicieron sino redoblar el subdesarrollo y el atraso tecnológico. Ahorcando a países ya empobrecidos con deudas obviamente impagables, la subordinación financiera hizo que los países permitan el acceso de la lógica neoliberal dentro de sus economías.

Por otro lado, el *apartheid* tecnológico, según Castells (2001) crea círculos viciosos de “informatización ciega”. Una combinación desastrosa de poca o nula infraestructura energética, compra de equipos obsoletos, y carencia o talento humano no capacitado y actualizado.

La dependencia, en el capitalismo informacional, de las economías periféricas con el centro es, como puede verse, triple: económica (sobretudo financiera generado por la deuda), tecnológica-informática, y, quizás la más perjudicial, *simbólica*²⁷ (sobre todo por la imposición práctica del estilo de vida americano).

Tan sólo nos falta decir que las consecuencias obvias de estas formas de marginalización extremas en el informacionismo condujo a lo que Castells denomina “conexión perversa”. Es decir, la aparición de “una red global [criminal] diversificada que trasciende las fronteras y vincula negocios de toda clase (...) aprovechándose de la globalización económica y de las nuevas tecnologías de comunicación y transporte” (2001, pág. 200; 201). Lo que resulta importante resaltar es que la conexión perversa opera en conjunto con las operaciones de la economía legal. Su forma de movilidad radica tanto en la apertura de los mercados financieros (paraísos fiscales) y la penetración de las mafias dentro del Estado y de empresas multinacionales. Las propias estrategias de liberalización de los mercados mundiales, que trajeron consigo el debilitamiento de los Estados, es decir de su soberanía, deterioró el control sobre las redes criminales. Sobre todo por el enorme capital que circula con los negocios ilícitos, que, como menciona Castells, muchas veces es mayor que la economía legal: “La Conferencia de 1994 de Naciones Unidas sobre el Crimen Organizado Global estimó que

²⁷ Bourdieu la llamaría “[e] *sense of ones’s place* es un sentido práctico (que nada tiene que ver con lo que se suele incluir en la noción de “conciencia de clase”), un conocimiento práctico que no se conoce a sí mismo, una “docta ignorancia” que, en tanto que tal, puede ser víctima de esa forma singular de desconocimiento, de *allodóxia*, que consiste en reconocerse equivocadamente en una forma particular de representación y explicitación pública de la *doxa*” (1999, pág. 243).

el tráfico de droga suponía en torno a 500.000 millones de dólares estadounidenses anuales; es decir, era mayor que el comercio global de petróleo” (Castells, 2001, pág. 202).

En fin, esta es la realidad del capitalismo contemporáneo apoyado en el desarrollo informacional:

(...) el capitalismo informacional global se caracteriza por la formación de una economía criminal global y su creciente interdependencia con la economía formal y las instituciones políticas. Ciertos segmentos de la población socialmente excluida, junto con individuos que eligen modos más rentables aunque peligrosos de ganarse la vida, constituyen un submundo del hampa cada vez más poblado, que se está convirtiendo en un rasgo esencial de la dinámica social en la mayor parte del planeta. (Castells, 2001, pág. 100)

En este nuevo milenio, lo que solía denominarse el Segundo Mundo (el universo estatista) se ha desintegrado, incapaz de dominar las fuerzas de la era de la información. Al mismo tiempo, el Tercer Mundo ha desaparecido como entidad pertinente, vaciado de su significado geopolítico y extraordinariamente diversificado en su desarrollo económico y social. Pero el Primer Mundo no se ha convertido en el universo abarcado de la mitología neoliberal, porque ha surgido un nuevo mundo, el Cuarto Mundo, compuesto por múltiples agujeros negros de exclusión social a lo largo de todo el planeta. El Cuarto Mundo comprende grandes áreas del globo, como buena parte de África subsahariana y las zonas rurales empobrecidas de América Latina y Asia. Pero también está presente en cada país y en cada ciudad, en esta nueva geografía de exclusión social. Está formado por los guetos estadounidenses, los enclaves españoles de desempleo juvenil masivo, los banlieues franceses que almacenan a los norteafricanos, los barrios de yoseba japoneses, y los poblados de chabolas de las megaciudades asiáticas. Y está habitado por millones de personas sin techo, encarceladas, prostitutas, criminalizadas, brutalizadas, estigmatizadas, enfermas y analfabetas (...) Pero, en todas partes, su número aumenta y son más visibles, a medida que el criterio selectivo del capitalismo informacional y la quiebra política del Estado de bienestar intensifican la exclusión social. En el contexto histórico actual, el ascenso del Cuarto Mundo es inseparable del ascenso del capitalismo informacional. (Castells, 2001, pág. 198)

El mejor ejemplo que resalta la coexistencia en el informacionalismo entre economía criminal y economía formal la tenemos frente a nuestros ordenadores, en la *Deep Web* y *Bitcoin*. Ambos expresan perfectamente el utopismo liberal por el que apuesta el neoliberalismo. Ambos garantizan

la plena desregulación de los mercados, la descentralización de sus transacciones y productos, la libertad de ofertar lo que se desee y de consumir lo que se desee, es decir, funciona bajo el puro imperio de la oferta y la demanda. Sus resultados son realmente interesantes y complejos. Según el documental de Alex Winter, “Deep Web”, los creadores de este sistema desregulado por fuera del control del Estado, estuvo pensado y diseñado por el movimiento *ciberpunk* de los años 90: una unión de filosofía de libre mercado de la escuela económica austriaca, anarco-capitalistas y cripto-anarquistas, criptografía y matemática, se propusieron crear un sistema que garantice la privacidad y el anonimato a cualquier acción de los usuarios en Internet. Y más allá de la demonización (y la consecuente moralización) de la *Deep Web*, el problema que debemos preguntarnos es: ¿pero acaso no es evidente el componente perverso de la *Deep Web*, solapado bajo el anonimato, el rostro de la libertad por la que tanto se juega el neoliberalismo? Aunque no nos falte razones para condenar toda la cantidad de mercancías que se comercia y publica en la *Deep Web*, lo que más queremos denotar es la disposición perversa y consumista de sus usuarios. Sobre todo con respecto a *Bitcoin*, criptomoneda que adquiere su valor nada más que en la cantidad de transacciones, sin regulación, de los usuarios que la usan (su valor aumentó en gran parte gracias a su uso en la *Deep Web*). Una herramienta puramente digital, es decir, ubicua y descentralizada, que es absolutamente vulnerable a la especulación y los efectos de burbuja. Y lo que está en el fondo es la acumulación desenfrenada de capital, a la que ahora miles de usuarios quieren sumarse gracias a la idealización de llegar a acumular fortunas por medio del *bitcoin*.

Todos estos procesos nos permiten tener un acercamiento, por lo menos general, de cualquier innovación tecnológica que se genere en nuestros días. Por ahora, nos concentraremos en proporcionar una definición de la web 2.0 coherente con la historia. Como hemos tratado de demostrar, las tecnologías digitales son tanto un factor fundamental para el desarrollo del capitalismo informacional como un perfecto medio de difusión de la propia lógica del capitalismo digital. Por esta razón, anticipamos una lectura crítica de nuestra definición histórica de la web 2.0. Es decir, no como mero instrumento neutral de comunicación, sino como producto cultural. Por ende, nos preparamos a demostrar a la web 2.0 como, por un lado, bisagra entre la tecnología y los diferentes universos de significación y representaciones sociales, y, por otro lado, un *filtro*, que construye la realidad social y la insufla de la estructura que difunde (es decir, que se convierte en una realidad objetiva que construye disposiciones frente al mundo).

1.3 ¿Qué es la web 2.0?

La relación existente entre informacionalismo y web 2.0 es de posesión e inalienable, es decir, no se los puede separar y no puede entenderse el segundo sin el primero. Si el primero, el informacionalismo, es el momento histórico determinante que exigió la explicación de una serie de fenómenos novedosos de cambios socioeconómicos (podríamos decir seculares, un nuevo siglo) con la explicación entorno al paradigma informacional, el segundo es el campo donde adquiere una forma específica. La pregunta es ¿qué forma?

Hasta ahora nos hemos resistido a las definiciones de la web 2.0 para que ni la investigación ni el lector dirijan su atención a las definiciones lenguaje de programación. Pero, después de tener una idea más o menos clara del contexto en el que aparece Internet (y demás tecnologías de la información), y las estructuras que lo constituyen, estamos preparados para proponer una definición compleja. Por esta razón, necesariamente tenemos que pasar por las explicaciones que nos ofrece la ingeniería informática, para poder adjuntar el componente sociológico que le hace falta a la comprensión del concepto de la web 2.0. Veamos, pues, cual es la definición general de la web 2.0.

Como anticipa su nombre, la web 2.0 es una de las formas en las que funciona Internet. Se caracteriza principalmente por ser una herramienta de comunicación horizontal, donde los usuarios pueden crear, modificar o eliminar información dentro de una página web. A diferencia de la web 1.0, donde los usuarios se limitan a colgar información en páginas digitales donde el control de modificación del contenido de la página sólo lo puede administrar un usuario central, la web 2.0 permite la cooperación y participación de múltiples usuarios (O'Reilly, 2005). Más que una tecnología, o una forma de las tecnologías basadas en Internet, *es un modelo*. Puesto que las fronteras dónde empiezan y dónde terminan la web 1.0 y 2.0 las proporcionan las propias páginas web. En este sentido, depende de las funciones y las opciones que dispone la página web para acercarse más al modelo 2.0.

Las formas en que Internet se ha transformado de manera efectiva son tres: web: 1.0, 2.0 y 3.0. La web 1.0, plataformas digitales donde es posible colgar contenido pero no es posible compartir ni alterar información entre usuarios. La web 2.0, también llamada como “web social”, plataformas digitales de colaboración entre usuarios que comparten y crean de manera conjunta contenido desde cualquier parte del mundo con acceso a Internet. La web 3.0, o el Internet de las cosas, es la interconexión de múltiples aparatos digitales (gafas, relojes, automóviles, electrodomésticos, etc.) con Internet, que transmiten información de los usuarios que los utilizan a la red.

Tim O'Reilly (2005), uno de los creadores principales del concepto de web 2.0, menciona que la web 2.0 se basa en el protocolo *peer-to-peer* (P2P), que consiste en la radicalización de la descentralización de Internet, a través de una red interconectada de ordenadores, que desmontan la necesidad de un proveedor único de servicio y permitiendo que cada usuario (el autor lo llama "cliente") funcione como un servidor de almacenamiento, distribución, y producción de contenido. Los programas con estas características son múltiples, pero su precursor fue Napster, un programa donde los usuarios podían intercambiar archivos mp3 a través de Internet.

Para O'Reilly, la descentralización es la esencia de Internet. Mientras más usuarios se suman, y tienen la posibilidad de intercambiar su información²⁸, "el servicio mejora automáticamente":

(...) los archivos se dividen en fragmentos que se pueden servir desde múltiples ubicaciones, aprovechando de forma transparente la red de descargadores para proporcionar tanto ancho de banda como datos a otros usuarios. Cuanto más popular es el archivo, más rápido se puede atender, ya que hay más usuarios que proporcionan ancho de banda y fragmentos del archivo completo (...) Existe una "arquitectura de participación" implícita, una ética de cooperación incorporada, en la que el servicio actúa principalmente como un intermediario inteligente, conectando los límites entre sí y aprovechando el poder de los propios usuarios. (2005, pág. 2).

De esta manera, *la web 2.0 se presenta como la apropiación por parte de los usuarios de la arquitectura de Internet, es decir, la estructura de enlaces y nodos:*

La hipervinculación es la base de la web. A medida que los usuarios agregan contenido nuevo y sitios nuevos, otros usuarios descubren el contenido y se vinculan a la estructura de la web. Así como las sinapsis se forman en el cerebro, con asociaciones que se vuelven más fuertes a través de la repetición o la intensidad, la red de conexiones crece orgánicamente como un producto de la actividad colectiva de todos los usuarios de la web (O'Reilly, 2005, pág. 2).

²⁸ Uno de los productos desarrollados colectiva y socialmente en la web 2.0 es el reemplazo de la taxonomía por la folcsonomía. Mientras el primero está ordenado por jerarquía de importancia, el segundo tiene una organización creada por los usuarios. Los enlaces que se ven con el subrayado azul, los "tags", las fotografías y las ubicaciones, son creados a merced de la creatividad colaborativa de varios usuarios que reúnen esfuerzos por "describir un mismo material informativo" (Wikipedia, 2017). El caso más usual ahora son los llamados hashtags. Al igual que los "wikis" que son el "nombre que recibe un sitio web, cuyas páginas pueden ser editadas directamente desde el navegador, donde los mismos usuarios crean, modifican o eliminan contenidos que, generalmente, comparten" (Wikipedia, 2018).

Pero, la web 2.0 también representa una reestructuración para la lógica empresarial. Ya que la web 2.0, como nos dice O'Reilly, no es un producto, sino un servicio, “[e]ste hecho conduce a una serie de cambios fundamentales en el modelo de negocio de dicha empresa” (2005, pág. 4). La empresa debe adaptarse a las exigencias de los usuarios conectados a la mayor plataforma publicitaria del mundo.

Las exigencias que pesan sobre las empresas que basan sus negocios en la web 2.0 deben tener presente cuatro reglas fundamentales: sus servicios deben estar en actualización permanente (a medida que aumentan los datos, la complejidad y las formas de auto-organización de los usuarios, los servicios deben proporcionar soluciones a problemas que ocurren a diario), los usuarios deben ser tratados como co-desarrolladores (por ende, proporcionarles las herramientas para que cuelguen su contenido –es decir, el valor agregado que tiene cada plataforma en Internet–), y las herramientas que proporciona la empresa deben ser sencillas y fáciles de usar (a lo que se le llama “modelos de programación livianos”), y, por último, enriquecer permanentemente la experiencia de los usuarios para aprovechar su “inteligencia colectiva” (O'Reilly, 2005).

Para resumirlo en pocas palabras: mientras la web 1.0 se refiere a “la red como un recurso informático”, la web 2.0 se refiere a “la red como plataforma participativa” (Song, 2010). Por esta razón es fácil entender la idealización en la que recae la web 2.0 cuando se la asocia como un medio de comunicación descentralizada de toda autoridad. A la par, es común entender que a los usuarios se los asocia como un “ejército de millones de David” (Song, 2010) o de Robinson Crusoe, es decir como “prosumidores”, el usuario es a la vez productor y consumidor.

De esta manera, la cantidad de plataformas digitales consideradas web 2.0 son abundantes. Desde redes sociales, hasta herramientas empresariales, mercados online (que pueden crear conjuntamente un sistema monetario digital, como el minado de *bitcoins*), formas de gobierno digital, e instrumentos de educación online, el modelo de la web 2.0 ocupa la mayor parte de Internet.

Sin embargo, a estas definiciones les hace falta pasar por el socioanálisis para una comprensión mucho más amplia y contextualizada. En efecto, esta definición deja de lado las relaciones históricas que atraviesan tanto a los usuarios, como a la propia tecnología y sus prenociones que le constituyen. Lo que no menciona es el carácter social que es la razón de ser de la web 2.0. Es más, justamente porque la característica principal de la web 2.0 es la compartimento de contenido, nuestra pregunta debe dirigirse a ¿cuál es la razón de ser de ese contenido? ¿en qué se apoya la llamada “inteligencia colectiva” de la web 2.0?

Ahora bien, nosotros hemos optado por tomar el concepto “web 2.0” de manera provisional, con un propósito explicativo. Es un concepto construido para comprender las propiedades de las estructuras que configuran a los agentes y sus relaciones dentro del mundo digital (o ciberespacio). Nos valemos de su condición de modelo que propone crear redes de prosumidores, para entender la importancia social de las redes sociales, la plataforma digital, los usuarios y los poderes que le atraviesan. De alguna forma, nos apropiamos del concepto para utilizarlo contra sí mismo, de manera crítica. Entendemos en la web 2.0 un cambio radical en la forma en que el agente se incorpora en procesos de socialización. Proponemos que la web 2.0 construye una nueva forma de socialización, de institucionalización, de *doxa*, en una palabra, de construir la realidad. Rescatamos del concepto su componente social, que es la esencia de la web 2.0, y lo analizamos con instrumentos sociológicos que ayuden a explicar el sistema de regularidades que le constituyen.

Lo que está en juego en la web 2.0 es propiamente el mundo social, las representaciones que los agentes tienen sobre el mundo. La publicación de información no está desprovista de sentido, tiene un orden y está estructurada históricamente. El extraordinario valor que tiene esta condición, es decir, de poder representar (y representarse en) el mundo, por medio de una plataforma público-digital que goza de un reconocimiento social global tácito, es una de las razones del porque los agentes de todo el mundo encuentran un enormísimo “sonajero simbólico” en su participación. En la web 2.0 se encuentra el recurso más escaso y más desigual del planeta: el reconocimiento social, o, (para empezar a presentar el lenguaje bourdieuano que encontrará en los siguientes capítulos) el *capital simbólico*.

La web 2.0 ha proporcionado las herramientas para alcanzar la acumulación del reconocimiento social. Ha podido materializar lo inmaterial, aunque, paradójicamente, estemos abocados a llamarlo más “virtual” que “real”. La participación en la web 2.0 no es gratuita (así se presente como el espacio perfecto para aparentar, como diría Bourdieu, “la exaltación de la generosidad gratuita²⁹”), existe una economía del capital simbólico que le antecede. El intercambio de este capital se apoya sobre un autoengaño individual y colectivo, es decir, en la negación de ese mismo intercambio de capital (negamos la esperanza de recompensación, así sea eso precisamente lo que justifica la inversión de nuestro tiempo en la web 2.0). Se presenta como un espacio de actos libres, el auténtico espacio de libertad (como también lo ha idealizado el movimiento *cyberpunk*), pero opera bajo una “labor

²⁹ “Nadie ignora, en realidad, la lógica del intercambio (...), pero nadie se niega a someterse a al regla del juego que consiste en hacer como si se ignora a regla. Cabría hablar de common miscognition (desconocimiento compartido) para designar este juego en el que todo el mundo sabe –y no quiere saber- que todo el mundo sabe –y no quiere saber- la verdad del intercambio” (Bourdieu, 1999, págs. 253-254)

colectiva de mantenimiento del desconocimiento con el propósito de perpetuar una fe colectiva en el valor de lo universal” (Bourdieu, 1999, pág. 253).

Esta economía del reconocimiento social no es una actitud espontánea, es el resultado de unas estructuras objetivas específicas y unas estructuras subjetivas incorporadas a manera de disposiciones. Es decir, el propio mundo social donde se realizan estos intercambios, está estructurado. El sentido común en el que se apoya oculta propiamente el mundo en el que participa.

Justamente por eso hemos realizado previamente una contextualización histórica de la web 2.0, para reconocer las características del “mundo digital”. Y, como pudimos ver, la web 2.0 se sustenta tanto en la reestructuración del capitalismo por medio del informacionalismo, como en sus fundamentos “ético”-productivos (heredados de la modernidad americana), así como en la nueva cultura empresarial basados en el espíritu “colaborativo” postfordista (como resultado de la nueva estructura reticular de la producción), y, sobre todo, en la nueva ola cultural del proyecto neoliberal que divulga sus preceptos economicistas como si fueran valores sociales intrínsecos al hombre (sublimando el consumo como “acto lleno de significado” en el capitalismo cultural).

Ahora nos corresponde valernos de esta información para adentrarnos dentro de nuestra propuesta teórica: la web 2.0 como campo. Por esta razón, nos proponemos a describir en qué consiste el sentido de participación dentro de la web 2.0 (es decir, la formación de este capital simbólico) y el mundo en el que se apoya (que, como hemos visto anteriormente, se basa en la reestructuración del capitalismo). Ahora sí, veamos de qué manera la web 2.0 podría ser o no un campo.

Capítulo II

Estructura del campo Web 2.0

Los dominados tienden de entrada a atribuirse lo que la distribución les atribuye.

(Bourdieu, La distinción, criterio y bases sociales del gusto, 2003)

Romper los automatismos verbales no es crear artificialmente una diferencia distinguida que mantenga a distancia al profano; es romper con la filosofía social que se halla inscrita en el discurso espontáneo. Poner una palabra en lugar de otra supone a menudo efectuar un cambio epistemológico.

(Bourdieu, Cuestiones de sociología, 2017)

2.1. Introducción

Antes de comenzar con nuestro análisis teórico, quisiera hacer una comparación histórica entre la web 2.0 y los libros. Ambos productos culturales dieron paso a un proceso de transformación material del acceso al conocimiento. La imprenta permitió, como ningún otro recurso, la transferencia de capital cultural. De alguna forma, ambos descentralizaron los puntos donde estaba concentrado el conocimiento hacia otros espacios geográficos, sectores sociales, y agentes en diferentes posiciones; en pocas palabras, ambos mejoraron el acceso a la información, y ayudaron a establecer un medio universal para acercarse al “conocimiento común” del mundo. Por esta razón, no nos faltan razones para asociar que, tanto los libros como la web 2.0 son instrumentos que funcionan como productos culturales que transportan un sentido común universal, llevando consigo la inversión simbólica de un proyecto cultural particular, un orden social invisible (puesto que se presenta de manera deslocalizada, aunque provenga de un lugar específico, en condiciones históricas específicas, e impulsado por agentes sociales específicos que operan como agentes históricos de un *sentido práctico* de ese mundo). Lo que nos interesa conocer es cuál es ese orden social, esa visión del mundo particular, que se transmite a través de la web 2.0 y llega a naturalizarse como sentido común.

El paralelismo entre el libro y la web 2.0 es su capacidad de *transferir* información, pero también transferencia de estructuras del poder. Por ende, y más que una “neutra” transmisión de instrumentos de conocimiento, la web 2.0 transfiere sistemas de dominación. En tanto que medios de transferencia de información, es decir, de sistemas simbólicos, el libro y la web 2.0 impulsan la transferencia de la memoria social y de estructuras sociales (ligadas a la génesis de los productores de la tecnología digital). Así pues, tanto los libros como la web 2.0 tienen una teleología (inerte o inherente) pedagógica, de instruir y adaptar la mente (y, paulatinamente el cuerpo, a manera de *disposiciones*) a la visión dominante del mundo, al mundo “culto” o, por lo menos, al socialmente reconocido (legítimo, en la terminología weberiana).

Pero ¿cuáles son las particularidades de esta visión del mundo que se internalizan como esquemas de percepción y valoración, y se transmiten en la web 2.0? De manera anticipada, creemos que hay una relación directa entre la difusión de la web 2.0 y el proyecto cultural neoliberal de la “globalización” (que no es más que una universalización del imperialismo cultural norteamericano, es decir, de universalizar las particularidades sociales de la sociedad norteamericana (Wacquant , 2005)).

Paradójicamente, el sumergimiento radical en cualquiera de los dos “mundos” (el “mundo digital” y el mundo literario) es visto como enajenación, como una desconexión del mundo “real”. Ya sea bajo los despectivos de “matado”, “empollón”, o con los anglicismos *weirdo*, *nerd* o *geek* (vestigios lingüísticos que consiguen empatar la difusión de tecnologías digitales con la cultura angloamericana), la propia sociedad se encarga de sojuzgar los casos en donde más se reflejan sus ideales. En estos juicios generalizados encontramos la condensación de un mundo que ha logrado cierta autonomía, que, precisamente porque es fruto de un *proceso de diferenciación*, es que se lo puede enjuiciar, nombrar, hasta el punto en que la normalización de los juicios, o de los puntos de vista, se conviertan en inconscientes, en algo dado, captado en su inmediatez, en percepción objetiva, en un mundo aparentemente invisible por ser parte de la vida cotidiana. En otras palabras, si lo que opera en el fondo de la web 2.0 es el orden social neoliberal, la forma en como esta visión del mundo se autonomiza como un campo relativamente autónomo, es gracias a la disputa (inherente) por el *sentido* de ese mundo (la lucha por el reconocimiento social *en ese mundo*, medido por sus propios valores, estructurado por ciertas reglas inconscientes). En el caso de los insultos *weirdo*, *nerd* o *geek*, hacen referencia a una forma “ilegítima” de *ser* en ese mundo, es decir, que existe una forma legítima, pero permanece invisible precisamente por la complicidad inconsciente de sus propios participantes.

En resumen, la forma en como la web 2.0 podría convertirse en un campo es por la disputa del sentido del mundo que ocurre dentro de este microcosmos social. Sin embargo, aún no nos permitiremos sojuzgar a la web 2.0 sin antes respondernos algunas preguntas elementales como: ¿Qué es un campo?

¿Cuál es la forma o la estructura de este campo? ¿Es correcto hablar de microcosmos cuando su propia condición es descentralizada y planetaria? ¿Puede ser la web 2.0 algo así como un campo internacional? ¿Cuáles son las formas en que se materializa la disputa por el sentido de ese mundo? Etc.

Hemos querido dejar suspendida la teoría sociológica que da luz a nuestras tesis hasta ahora, puesto que, siendo fieles a la heurística de Bourdieu, los conceptos de la *teoría de la práctica* no pueden entenderse aislados de su objeto de investigación. “Uno no puede disociar la construcción del objeto del instrumento mental empleado para ella, ni de la crítica de ambos” (Bourdieu & Wacquant, 2012, pág. 58). En otras palabras, pretender separar “los principios generativos y los conceptos clave” (Bourdieu & Wacquant, 2012), como un universo separado del propio problema, supone una idealización a la abstracción del conocimiento, como un pragmatismo que sobrepone el concepto a la realidad (social, por antonomasia) que le atraviesa. Hemos puesto en ambiente y a disposición un escenario histórico y las categorías que le acompañan para su entendimiento (informacionalismo, capitalismo digital, P2P, modernidad americana, etc.) para acercarnos a nuestro objeto, “la web 2.0 como campo”, sin el sesgo de la “neutralidad” conceptual.

Ahora bien, a la luz de lo que entendemos generalmente por web 2.0, precisemos qué queremos decir cuando lo asociamos con un campo. ¿Cómo entiende la teoría de la práctica al campo? ¿Cuáles son los instrumentos de *construcción* sociológica que sustentan la teoría de la práctica? ¿En qué consiste la teoría de la práctica?

Puesto que nuestro interés es demostrar que la web 2.0 es un campo (donde se disputa una forma de capital simbólico específico), empezaremos a introducir la heurística teórica de Bourdieu, con la exégesis del fundamento de la *teoría de la práctica*, que, como nos menciona Loïc Wacquant, es “construir una antropología generativa del poder (simbólico) y de sus múltiples formas y mecanismos.” (2012, pág. 17). Precisamente porque parte de nuestros intereses es demostrar que la web 2.0 es un canal fundamental para la dominación simbólica (neoliberalismo encubierto como sentido común global pseudo humanista) sobre y en colaboración con los agentes, comenzaremos nuestro análisis con la comprensión de las categorías de *dominación simbólica* y *conatus* para introducir lógica interna de la teoría de la práctica.

2.2 Las categorías *poder simbólico* y *conatus* como heurística para explicar los campos

¿Existe juego más vital, más total, que la lucha simbólica de todos contra todos cuya apuesta es el poder de *nominación* o, si se prefiere, de categorización, donde cada cual pone su ser en juego, su valor, la idea que tiene de sí mismo?

(Bourdieu, *Meditaciones Pascalianas*, 1999)

Antes, debemos advertir una característica propia de toda la literatura (y la forma de pensamiento) de Pierre Bourdieu. Debido al compromiso de Bourdieu con crear una caja de herramientas conceptuales a la vez críticas y a la vez relacionales, sus conceptos, a diferencia de autores como Weber que se permiten definirlos esquemáticamente, no están separados unos de otros en definiciones explicativas. Al contrario, como conceptos abiertos y dialécticos que son, cada concepto se entiende (puesto que están entretejidos en la misma relación compleja) y tiene sentido en virtud de todos los demás. Sin embargo, la lógica del pensamiento de Bourdieu tiene una misma columna vertebral que gira en torno a la objetivación de las *prácticas* humanas. La dialéctica entre las estructuras objetivas y estructuras subjetivas, o estructuras sociales y estructuras mentales, o campo y *habitus*, o *lusiones e illusio*, o posibilidades reales (estadísticas) y expectativas, o posiciones y disposiciones, sólo pueden comprenderse alrededor de la doble historia de las prácticas humanas.

La forma en como hemos dividido esta explicación es primero presentar las bases de la teoría de la práctica para luego presentar la forma de reproducción de los campos a través de su *conatus* propio basado en la conservación (*fundamentalmente no intencional*) del poder simbólico (que está en la base misma de todas las relaciones sociales). No utilizaremos todos los conceptos, y los conceptos que presentamos necesitan de una introducción para que el cuerpo de la segunda parte de esta investigación se comprenda más claramente. De todas formas, nunca aislamos los conceptos, estos van a adquirir la relevancia que les corresponde cuando expliquemos *la forma en que la web 2.0 es una estructura objetiva*.

- Sobre la teoría de la práctica

Así pues, antes de adentrarnos en la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, introduciremos su sociología, que ha sido denominada como ciencia de las prácticas humanas, o, simplemente, teoría de la práctica. Teoría social que tiene por objetivo superar la falsa antinomia entre agencia y estructura, individuo y colectividad, actor y sistema. Bourdieu subraya la necesidad de la sociología

de irrumpir con la tradicional oposición entre humanismo y estructuralismo, que ponían, cada una de estas corrientes de pensamiento filosófico, en la centralidad de sus teorías al individuo y a la estructura respectivamente. Según él, en el fondo de estas oposiciones se encuentra la incapacidad de las ciencias sociales de desligarse del pensamiento cartesiano, o, más exactamente, la dicotomía, propia del sistema de pensamiento de la modernidad, entre sujeto y objeto. Ambas tienden a olvidar que la posibilidad que tienen los científicos sociales de ver en el agente un sujeto que crea sus propias representaciones del mundo, o un portador de estructuras que lo gobiernan, se debe a condiciones sociales específicas (una *epoché* que deriva de su condición de *escholé*) que les permiten poner en paréntesis las necesidades sociales para poder pensar. *Tomar las cosas de la lógica por la lógica de las cosas* es, por ende, el vicio de los científicos sociales, causado por las mismas prácticas que le corresponden a la posición que ocupan en la sociedad.

La propuesta de borrar ambas centralidades de la sociología, implica, consecuentemente, una nueva concepción de la sociedad. Una que supere tanto la preconcepción individualista de la sociedad (“la sociedad es la suma de individuos”) como la preconcepción estructuralista (“la sociedad como estructura transhistórica”, o, una totalidad mecánica sin fisuras). Ambas adolecen de una génesis histórica, sobreponen categorías ontológicas que, suponen, han sobrevivido toda la vida humana, es decir, como si siempre hubiera existido un individuo libre o como si siempre se ha sobrepuesto en los hombres (actuando por ellos) una estructura ordenadora y fundante, casi divina.

Según Bourdieu, esta aceptación inmediata del “individuo” como categoría de análisis, es resultado de una *sumisión dóxica* a la visión habitual del mundo, es decir, al sentido común. El individuo es un *ens realissimum* (un ideal social condicionado a condiciones materiales particulares que, por su condición de inmediatez, se impone como arquetipo de todas las cosas) de la modernidad “al que estamos unidos por una suerte de interés ideológico primordial” (Bourdieu & Wacquant, 2012, pág. 134). Podríamos decir que este interés ideológico por el “individuo” es el resultado de una valorización global de las sociedades modernas matizadas por el individualismo. En la sociología de Bourdieu, la tarea y la metodología de la investigación social es hacer visible las estructuras sociales y mentales que subyacen en las categorías de percepción e investigación. Por eso, nos permitimos, siguiendo la afinidad teórica que tiene Bourdieu con Louis Dumont, distinguir al individuo del agente. Su diferencia radica en que el segundo es un “agente humano particular”, un “hombre particular”, (“el sujeto *empírico* de la palabra, el pensamiento, la voluntad, muestra representativa de la especie humana, tal como se le encuentra en todas las sociedades” (1999, pág. 19)), mientras que el primero se lo entiende como un “ser *moral*, independiente, autónomo y por ende (esencialmente) no social, tal como se le encuentra ante todo en nuestra ideología moderna del hombre y de la sociedad” (*ibis*).

Bourdieu añadiría “existen como *agentes* (...) que están *socialmente constituidos*” (2012, pág. 146). Como podemos anticipar, el uso de la palabra “individuo” para referirse al agente están entremezcladas tanto en el lenguaje corriente (el sentido común del hombre de la calle) como en el lenguaje científico (que no deja de ser sino otro sentido común) de muchos “científicos sociales” (sobre todo en teorías economicistas). Esto se debe a que el proyecto de la modernidad institucionaliza en el lenguaje legítimo (y autorizado) la palabra individuo para referirse no solo al agente sino al ideal de la modernidad (individuo libre e igual entre otros tantos).

La idealización del individuo como categoría de análisis puede dar a entender que todos los agentes son individuos racionales, conocedores “natos” del instrumentalismo económico, midiendo permanentemente sus acciones para la maximización de sus beneficios. Esta postura silencia e invisibiliza, el sesgo de la *posición* (o contexto) en la que nace. Estas teorías anteponen a todos los agentes sus propias condiciones, es decir, en contextos hiper-modernos, de archipiélagos académicos aislados de toda contaminación de la realidad social. Lo que oculta el individualismo es que hay condiciones favorables para el individualismo, y se desarrolla con más envergadura cuanto más el agente está involucrado de forma *práctica*. Por esta razón, la sociología de Bourdieu critica los fundamentos de la “acción social racional” (típico-ideal-puro) por estar sesgados por esta suerte de auto-reflejo práctico con el objeto de investigación, y propone dar énfasis a la acción *práctica*, la *lógica práctica* o, mejor dicho, al *sentido práctico*, como categoría de análisis que se preocupa por descubrir las estructuras sociales encarnadas en las estructuras mentales.

No se puede entender la práctica sin esta doble objetividad (dialéctica) de la vida social, en las instituciones y en las mentes. “El cuerpo –explica Bourdieu– está en el mundo social, pero el mundo social está en el cuerpo (en forma de *héxis* y de *eídos*)” (1999, pág. 199). Las prácticas son el producto de dos historias: la historia objetivada en las cosas, la historia encarnada en los cuerpos. A continuación, vamos a ampliar más lo que Bourdieu quiere decir con estas “dos historias”.

Bourdieu opta por la categoría de *práctica* para evitar anteponer la arbitrariedad de las explicaciones racionalistas, las cuales no sólo se alejan de la realidad social cuestionada, sino que tampoco imponen la objetivación a su proceso de objetivación (no ponen en paréntesis –*epoché*– los instrumentos teóricos que utilizan para poner en paréntesis la realidad social). A la par, el sesgo racionalista da por sentado que los agentes conocen el sentido de su acción. En contraposición de esas prenociones Bourdieu aclara que:

si fuera de otro modo, y si las prácticas tuviesen por principio la fórmula generadora que hay que construir para explicarlas, es decir, un conjunto de axiomas a la vez

coherentes e independientes, las practicas producidas de acuerdo con *reglas* de engendramiento perfectamente conscientes, resultarían despojadas de todo lo que las define apropiadamente en tanto que prácticas, vale decir, la incertidumbre y la vaguedad resultantes del hecho de que ellas tienen por principio no unas reglas conscientes y constantes sino esquemas prácticos, opacos a ellas mismas, sujetos a variar según la lógica de la situación (2013, págs. 26-27).

El voluntarismo es precisamente esa concepción teórica del individuo como consciente de sus actos de significación. Esta concepción es criticada en la sociología de Bourdieu; según él

los sujetos no están en posesión de la totalidad del significado de sus comportamientos como un dato inmediato de la conciencia y sus acciones abarcan siempre más significado de lo que saben o proponen (Bourdieu & Wacquant, 2012, págs. 31-32).

En contra del voluntarismo y el individualismo basta decir que las situaciones o *condiciones* sociales (paradigma trascendente a los agentes) anteceden al proceso de significación (inmanente a los agentes). Ningún agente nace con las categorías de comprensión y construcción de la realidad social, estas se aprenden (en un proceso de adquisición, o de *mimesis* práctica³⁰) al posicionarse en algún punto de la realidad *históricamente constituida*. La práctica en Bourdieu es esa incorporación inconsciente, dentro del agente, de la lógica de reproducción de las estructuras históricas (o, mejor dicho, el entramado de relaciones sociales históricas) en las que se sostiene el orden social en el agente a manera de *disposiciones* (que reúne formas de construcción del cuerpo y formas de pensamiento).

Bourdieu entiende que los agentes obedecen a regularidades objetivas, es decir, impuestas por la realidad social a la que pertenecen. Todos los agentes se encuentran en *relación práctica con el mundo*, el mundo “impone su presencia”, se impone como urgente, es decir, ningún agente ve al mundo “como representación”, tal suspensión del mundo social, según Bourdieu (2013), tan sólo la

³⁰ La *mimesis* “no tienen nada de una *imitación* que supone el efecto consciente por reproducir un acto, o una palabra o un objeto explícitamente constituido como modelo; es el proceso de reproducción que, en cuanto reactivación práctica, se opone tanto a un recuerdo como a un saber, tendiendo a cumplirse más allá de la conciencia y de la expresión, y por lo tanto de la distancia reflexiva que ellas suponen” (Bourdieu, 2013, pág. 118). El concepto de *mimesis* nunca se aparta de esta suerte de *imitación natural de la naturaleza*, como una tendencia inmanente a recrear la fuerza del espacio exterior sentida por el cuerpo, que le atraviesa al cuerpo. Se sobreentiende que la fuerza fundante de las prácticas (ese proceso de naturalización del orden social arbitrario) es esa violencia simbólica inerte e inherente que yace como exterioridad, como algo aprehensible de manera inmediata. Dígase mejor una “relación social somatizada, ley del cuerpo social convertida en ley del cuerpo, no son de las que pueden suspenderse mediante un mero esfuerzo de la voluntad, basado en una toma de conciencia liberadora. Quien es víctima de la timidez se siente traicionado por su cuerpo, que reconoce prohibiciones y llamados de orden paralizadoras donde otro, fruto de condiciones diferentes vería incitaciones o conminaciones estimulantes” (Bourdieu, 1999, pág. 236). La *mimesis* es el reconocimiento (re-activación y reproducción) de la fuerza naturalizada de la violencia simbólica.

suponen (virtualmente) los agentes en las posiciones más elevadas de la sociedad, donde las *condiciones sociales* de urgencias del trabajo y demás necesidades están suspendidas.

Para Bourdieu, el análisis de la lógica de las prácticas es también un análisis de las condiciones sociales (de las estructuras objetivas), puesto que estas son la base de las *estructuras mentales*. Las acciones de los agentes son *disposiciones* que dependen de la *posición* en la que están en el espacio social. Más allá de las relaciones de significación entre agentes están las relaciones de poder, es decir, las primeras encarnan las segundas. El poder es la estructura objetiva que ordena al espacio social, y está objetivado en forma capital (en varias especies de capital). El capital, es esa energía social que reúne los bienes y valores socialmente escasos, es decir, los recursos materiales y simbólicos producidos por toda la sociedad y desigualmente distribuidos dependiendo de la posición que el agente ocupa en el espacio social (jerárquico por antonomasia). Así, como menciona Alicia Gutiérrez en la introducción de “las estrategias de la reproducción social”:

el volumen global del capital (o conjunto de recursos y poderes efectivamente utilizables: capital económico, cultural, social, simbólico) determina las diferencias primarias, y con ello las grandes clases de condiciones de existencia. (2011, pág. 18)

Así, para Bourdieu el mundo social es un *mundo práctico* en lucha (casi inconsciente) por la posición. La práctica es el resultado del entretejimiento dialéctico entre estructuras sociales (estructuras históricas objetivas que adquieren las relaciones sociales: las diferentes especies de capital, las instituciones –el Estado, la familia, la escuela–, los campos) y las estructuras cognitivas (los *habitus*, el gusto, el sentido práctico, esquemas de percepción y acción, las esperanzas, las disposiciones, las “experiencias”). Las primeras sólo pueden revivir y reproducirse en las segundas, y las segundas son la forma en que se puede relacionar el agente con el mundo. Por eso, según Bourdieu, el mundo práctico es:

un mundo de fines ya realizados, modos de empleo o procedimientos por seguir, y de objetos dotados de un “carácter teleológico permanente”, (...) y eso se debe a que las regularidades inherentes a una condición arbitraria (...) tienden a aparecer como necesarias, incluso como naturales, por el hecho de que están en el principio de los esquemas de percepción y de apreciación a través de los cuales son aprehendidas (2013, págs. 87-88)

“La estructura” no es concebida en Bourdieu como un agente con capacidad de actuar (de generar estrategias o sus propias representaciones). A diferencia del estructuralismo, que ve en el individuo, en palabras de Wacquant, “un soporte pasivo de fuerzas que mecánicamente operan según su lógica

independiente” (2012, pág. 34), la estructura existe mientras haya agentes *dispuestos* a reproducirlas, es decir, existe en la medida en que los agentes pueden recrear (mentalmente) la estructura objetiva.

Bourdieu soluciona estas falsas antinomias “objetivismo estructuralista/subjetivismo individualista” uniendo “lo mejor de cada una” en lo que él llama estructural-constructivismo. Para entender dicha fusión es necesario explicar cómo Bourdieu conceptualiza al *espacio social*. Para él, el espacio social (concepto que busca reemplazar la ambigüedad de la categoría de “sociedad”, para explicarla de manera más precisa) es el resultado de la dialéctica entre las estructuras sociales y los procesos de significación (o, como lo llama Schütz (1976) “proceso constituyente”). El agente ocupa siempre una *posición* (objetiva) en dicho espacio, es decir, se le atribuyen cierta cantidad de recursos materiales y simbólicos y medios para su apropiación, dependiendo la trayectoria (la historia) de distribución de las formas de capital, los cuales configuran sus respectivas *disposiciones* (subjetivas): esquemas de percepción y valorización, principios de visión y división, procedimientos interpretativos, categorías de comprensión, representaciones colectivas, en suma esquemas (estructuras) mentales que se moldean a partir de la estructura social. Así, parafraseando a Bourdieu (2012), los agentes *contribuyen* a producir el mundo con sus categorías de pensamiento, pero sólo dentro de los límites de su correspondencia con estructuras pre-existentes en el espacio social.

De esta manera, el espacio social muestra la coexistencia entre estructuras objetivas (distribución de las formas de capital en las *posiciones*) y las estructuras subjetivas (*disposiciones*) que son, al fin y al cabo, *tomas de posición*, que también podrían llamarse *puntos de vista*. Sin embargo, no estamos tomando en cuenta que las *tomas de posición* (“las “elecciones” que los agentes sociales llevan a cabo en los ámbitos más diferentes de la práctica” (Bourdieu, 1997, pág. 16)) siempre son respecto a algo, ese algo es la *diferencia*. En efecto, es el reconocimiento, el dar valor, el saber la importancia y el peso de las diferencias sociales (por ejemplo, en palabras de Bourdieu (2017), los diferentes gustos (deportes, actividades de ocio, etc.,) y las diferentes propiedades (muebles, corbatas, sombreros, libros, cuadros conyugues, etc.,) asociadas a cada posición en el espacio social) que ponen en oposiciones múltiples a cada posición, lo que se apoya en cada punto de vista. El reconocimiento de la diferencia no es más que el reconocimiento de la *autoridad*, la cual el agente es cómplice de su reproducción (de su existencia) por estar implicado de manera *dóxica* (conocimiento inmediato del mundo) en su reconocimiento. En otras palabras, el agente está acostumbrado a reconocer la autoridad.

Con respecto a la *diferencia* y el espacio social, Bourdieu menciona:

lo que comúnmente se suele llamar distinción, es decir, una calidad determinada, casi siempre considerada como innata (se habla de “distinción natural”), del deporte y de los modales, de hecho no es más que *diferencia*, desviación, rasgo distintivo, en pocas palabras, propiedad *relacional* que tan sólo existe en y a través de la relación con otras propiedades. Esta misma idea de diferencia, de desviación, fundamenta la noción misma de *espacio*, conjunto de posiciones distintas y coexistentes, externas unas a otras, definidas en relación unas de otras, por su *exterioridad mutua* y por relaciones de proximidad, de vecindad o de alejamiento y así mismo por relaciones de orden (...) El espacio social se constituye de tal forma que los agentes o los grupos se distribuyen en él en función de su posición en las distribuciones estadísticas según los *dos principios de diferenciación* que, en las sociedades avanzadas (...) son sin duda los más eficientes, el capital económico y el capital cultural (Bourdieu, 1997, págs. 16-18).

Los agentes reconocen las diferencias que le constituyen al espacio social, porque se presentan como esquemas clasificatorios: “fruto de la incorporación de las divisiones o de las oposiciones inscritas en la estructura de la distribución (...) (por ejemplo fuerte/débil, grande/pequeño, rico/pobre, culto/inculto, etc.)” (Bourdieu, 1997, pág. 108). La diferencia

se convierte en diferencia visible, perceptible y no indiferente, socialmente *pertinente*, si es percibida por alguien que sea capaz de *establecer la diferencia* –porque, estando inscrito en el espacio en cuestión, no es *indiferente* y está dotado de categorías de percepción, de esquemas clasificatorios, de un *gusto*, que le permite establecer diferencias, discernir, distinguir– (Bourdieu, 1997, pág. 21).

En el espacio social se oponen los intereses porque dependen de la posición. Lo que para un agente en cierta posición es significativo para otro agente no lo será, en la medida en que la *posición condiciona* (ordena) lo que es importante (inmediato) y lo que no. “Los estímulos no existen para la práctica en su verdad objetiva de disparadores *condicionales* y *convencionales*, no actúan sino a condición de encontrar agentes condicionados a *reconocerlos*.” (Bourdieu, 2013, pág. 87) No hay urgencias universales ni unificadas, pero el habitus se encarga de convencerse de que sus preocupaciones (enteramente particulares) son universales. El espacio social es un espacio de intereses diferenciados y en competencia (por la universalidad).

El espacio social es un espacio de posibilidades (objetivas) desiguales, diferenciadas y diferenciales. Es un espacio donde *la relación con los posibles es una relación con los poderes* (Bourdieu, 2013,

pág. 104). Es un espacio de condiciones sociales desiguales con respecto a la posesión de los diferentes tipos de capital (respecto al volumen de capital), y, por ende, diferentes disposiciones correspondientes a sus posibilidades objetivas. Por esta razón, las prácticas se miden por las *lusiones* (posibilidades reales) y las expectativas, correspondientes a la posición en el espacio social.

En el espacio social, que es un espacio de luchas y de apuestas, se compite por conservar o ascender de posición con los medios con los que se dispone. Y las competencias adquieren forma, se objetivizan, dentro de los diferentes *campos* de la práctica. Son los campos, estructuras sociales objetivas derivadas del proceso de diferenciación de las sociedades modernas, donde se realizan apuestas por mejorar el porvenir de cada agente. A su vez, en cada campo lo que está en juego es la legitimidad de la existencia, en otras palabras, las inversiones prácticas de un agente por conservar o mejorar su posición, no son meramente estrategias de “supervivencia” (de asegurar la reproducción del agente), sino, son prácticas simbólicas. Puesto que la única forma que el ser humano tiene para relacionarse con el mundo es a través de sistemas simbólicos, sus inversiones son también una búsqueda y una lucha *por el sentido del mundo*. Lo que en los campos se convertirá por una lucha por imponer una visión del mundo, espacio de luchas por el sentido del mundo. Bourdieu hace uso del concepto de *libido* para explicar el proceso de inmersión del agente dentro de los campos de lucha por el sentido del mundo. *Libido* es interés, o, mejor dicho, una pulsión socialmente dirigida a intereses específicos. Como Bourdieu señala:

Una de las tareas de la sociología estriba en determinar cómo el mundo social constituye la *libido* biológica, pulsión indiferenciada, en *libido* social, específica. Existen en efecto tantas especies de *libido* como campos hay: pues la labor de socialización de la *libido* estriba precisamente en que transforma las pulsiones en intereses específicos, intereses socialmente constituidos que tan sólo existen en relación con un espacio social dentro del cual determinadas cosas son importantes, para unos agentes socializados, constituidos a fin de establecer unas diferencias correspondientes a unas diferencias objetivas en ese espacio. (1997, pág. 143)

La fragilidad del sentido del mundo (los sistemas simbólicos), y, a la par, la rigidez con la que se presenta a los seres humanos, tiene su génesis en la arbitrariedad del orden social. Bourdieu se apoya en Pascal para comprender la base arbitraria de todo orden social.

«La costumbre es la ley por la sencilla razón de que ha sido heredada: ésta es el fundamento místico de su autoridad. Quien trata de averiguar su principio, la aniquila. No hay más falible que esas leyes que reparan faltas. Quien las obedece porque son

justas, obedece a la justicia que él imagina, pero no a la esencia de la ley. Ésta se halla replegada sobre sí misma. Es la ley, y nada más. Quien quiera examinar el motivo, lo encontrará tan débil y tan frágil que, si no está acostumbrado a contemplar los prodigios de la imaginación humana, se admirará de que el mundo la haya tratado con tanta pompa y reverencia.» (...) De este modo –Bourdieu reflexiona–, el fundamento posible de la ley sólo puede buscarse en la historia que, precisamente, aniquila cualquier dogma posible de fundamento. En el principio de la ley no hay más que arbitrariedad y artificiosidad, la “verdad de la usurpación”, la violencia sin justificación. La amnesia del génesis, producto de la habituación a la costumbre, oculta lo que se enuncia en la tautología brutal: “La ley es la ley, y nada más”: (1999, pág. 126)

Lo que sostiene a todas las relaciones sociales, el soporte (el zócalo invisible) en el que se apoyan las prácticas y el fundamento del poder del espacio social, es el *poder simbólico*. El reconocimiento sin el conocimiento de los fundamentos del poder, hace posible la dominación del orden social arbitrario, con la complicidad de los agentes (dominados o dominantes), que creen y luchan por el sentido mundo porque están inmersos en el mundo. El poder simbólico, el orden social, no necesita cuestionarse, ni representarse, tan sólo reconocerse, y la forma de reconocimiento práctico por excelencia es la *relación dóxica con el mundo*. En efecto, el mundo, estructurado por sistemas simbólicos, por la violencia simbólica inherente e inerte (“fuerza en potencia que se podría utilizar, pero que no se utiliza” (Bourdieu, 1999, pág. 128)) a todas las estructuras sociales, aparece de manera inmediata, imponiéndose en las experiencias y fundando al agente que se convierte en un punto objetivo del espacio social (ocupa una posición y adquiere unas disposiciones correspondientes). Como Wacquant señala:

Los sistemas simbólicos no son simplemente instrumentos de conocimiento, son también *instrumentos de dominación*. Como operadores de integración cognitiva promueven, por su misma lógica, la integración social de un orden arbitrario: “la conservación del orden social [es reforzada de manera decisiva por] la orquestación de categorías de percepción del mundo social que, ajustadas a las divisiones del orden establecido (y, con ello, a los intereses de quienes lo dominan) y comunes a todos los espíritus estructurados conforme a dichas estructuras, se imponen con todas las apariencias de la necesidad objetiva” (Bourdieu & Wacquant, 2012, pág. 38).

El poder simbólico se instaura en el agente a manera de *habitus* (sistemas de esquemas de percepción, apreciación y acción que permiten llevar a cabo actos de conocimiento práctico), no puede ser consciente del acto de reproducción del poder del cual es parte, pero gracias a su desconocimiento

puede actuar de manera lógica, o, mejor dicho, acorde a la lógica de la práctica. De esta manera, el capital simbólico, como reconocimiento objetivo del orden social, o del poder social, es:

cualquier propiedad (cualquier tipo de capital, físico, económico, cultural, social) cuando es percibida por agentes sociales cuyas categorías de percepción son de tal naturaleza que les permiten conocerla (distinguirla) y reconocerla, confiarle algún valor. (...) Más exactamente, esa es la forma que adquiere cualquier tipo de capital cuando es percibido a través de unas categorías de percepción que son fruto de la incorporación de las divisiones o de las oposiciones inscritas en la estructura de la distribución de esta especie de capital (por ejemplo fuerte/débil, grande/pequeño, rico/pobre, culto/inculto, etc.) (Bourdieu, 1997, pág. 108).

En ambas estructuras (*habitus* e instituciones), en ambas historias, yace predeterminada una *relación cognitiva-simbólica* con el mundo social. Siguiendo a Cassirer, el ser humano es un *animal simbólico*, se relaciona con el mundo, con otros hombres y consigo mismo en virtud de los diferentes sistemas simbólicos. En sus palabras:

(...) ya no hay salida de esta reversión del orden natural. El hombre no puede escapar de su propio logro, no le queda más remedio que adoptar las condiciones de su propia vida; ya no vive solamente en un puro universo físico sino en un *universo simbólico*. El lenguaje, el mito, el arte y la religión constituyen partes de este universo, forman los diversos hilos que tejen la red simbólica, la urdimbre complicada de la experiencia humana. Todo progreso en pensamiento y experiencia afina y refuerza esta red. (...) Su situación es la misma en la esfera teórica que en la práctica. Tampoco en ésta vive en un mundo de crudos hechos o a tenor de sus necesidades y deseos inmediatos. Vive, más bien, en medio de emociones, esperanzas y temores, ilusiones y desilusiones imaginarias, en medio de sus fantasías y de sus sueños. “Lo que perturba y alarma al hombre –dice Epícteto–, no son las cosas sino sus opiniones y figuraciones sobre las cosas” (2016, págs. 58, 59).

Los sistemas simbólicos, que son sistemas en donde se incorpora la violencia simbólica del orden social arbitrario (cuya forma material son las diferentes especies de capital), se reproducen en las estrategias, en los intereses (o las *libido*), en las luchas de los agentes, en forma de *conatus*. El concepto de *conatus* permite entender esta potencia histórica de orquestar las prácticas para “perseverar en el ser”

las estrategias de reproducción que engendra constituyen una de las mediaciones gracias a las cuales se lleva a cabo la tendencia del orden social para perseverar en el ser, es decir, lo que podría llamarse su *conatus*. (...)El juego social tiene una historia y, por ello, es sede de una dinámica interna, independiente de las conciencias y las voluntades de los jugadores, de una especie de *conatus* vinculado a la existencia de mecanismos que tienden a reproducir la estructura de las probabilidades objetivas, o más precisamente, la estructura de la distribución del capital y las posibilidades de beneficio correlativas. (Bourdieu, 1999, pág. 200; 285)

El concepto de *conatus* puede explicar la razón de las “elecciones” de los agentes dentro del espacio social (y, específicamente, en los campos). Los agentes, condicionados a unas posiciones, se les abre una serie de caminos posibles, es decir, tienen unas posibilidades objetivas de “ser” definidas por su posición; por ende, sus esperanzas y expectativas sobre el mundo (su *eîdos*) están marcadas por su posición y generan disposiciones (*héxis*) propias para competir y dar sentido a su punto en el espacio social. Como Bourdieu aclara:

“El principio del movimiento perpetuo (...) reside en las acciones y las reacciones de los agentes: éstos no tienen más elección que luchar por conservar o mejorar su posición, es decir, conservar o aumentar el capital específico que sólo se engendra en el campo; de este modo contribuyen a imponer a los demás las coerciones, a menudo experimentadas como insoportables, fruto de la competencia (salvo, claro está, si se excluyen del juego mediante una renuncia heroica que, desde el punto de vista de la *illusio*, es la muerte social y, por lo tanto, una opción impensable)” (1999, pág. 201).

Bourdieu (2011) se pregunta por qué y cómo el mundo social dura, cómo se perpetúa el orden social (el conjunto de relaciones de orden). Y sus cuestionamientos le llevan a proponer que el mundo social está dotado de un *conatus* (“tendencia a perseverar en el ser, un dinamismo interno, inscrito, a la vez, en las estructuras objetivas y en las estructuras “subjetivas”, las disposiciones de los agentes” (2011, pág. 31)). Para él, las estrategias de reproducción social tomadas por los agentes en un contexto específico, “tienen por principio no una intención consciente y racional (ahí reside su eficiencia práctica), sino las disposiciones del habitus que espontáneamente tienden a reproducir las condiciones de su propia producción” (2011, pág. 37).

Las estrategias de reproducción social (las formas que toma el *conatus*) pueden ser biológicas (administración saludable del capital corporal), sucesorias (garantizar la transmisión del patrimonio material entre las generaciones), educativas (inversiones a largo plazo que buscan producir agentes

dignos y capaces de recibir las herencias del grupo, “como son las estrategias éticas que apuntan a inculcar la sumisión del individuo y sus intereses al grupo y a sus intereses superiores” (2011, pág. 36)), económicas (“perpetuación o el aumento del capital bajo sus diferentes formas) y simbólicas – que es la que más nos interesa para nuestros fines en esta investigación– (conservar o aumentar el capital de reconocimiento, proporcionando los esquemas de percepción y apropiación más favorables a sus propiedades y produciendo las acciones susceptibles de apreciación positiva según esas categorías” (2011, pág. 37)). Estas estrategias pueden o no estar garantizadas por mecanismos de reproducción institucionalizados (depende el capital que más se valore más en cada sociedad). Pero lo más importante es resaltar que los instrumentos de reproducción están distribuidos de manera desigual.

De esta manera, el concepto de *conatus* nos permite acercarnos a las características particulares del grupo social al cual queremos acercarnos. El orden social nunca opera de manera homogénea, tiene sus matices, sus diferentes formas de ejercer la violencia simbólica que le es inherente. La multiplicidad de campos da cuenta de las múltiples formas de dominación, o del balance de capitales que se ejercen para que logre conservar su dominio. Además, las diferentes posiciones que existen en el espacio social, requieren de un análisis minucioso de las lógicas prácticas para no confundir todas, en nuestros análisis anticipados, como derivadas de la racionalidad instrumental, como fruto de una “cultura posmoderna”, o como mejor efectos de globalización, etc.

Ahora bien, queremos resaltar ambas categorías, *conatus* y poder simbólico, para entender el funcionamiento de los campos. Estructuras sociales objetivas, que poseen un *conatus* propio, una forma de autorregulación propia (que les permite conservar su orden), donde agentes compiten (de manera práctica) internamente para mejorar su posición, y “externamente” (con otros campos –sobre todo el campo económico y los diferentes campos de producción cultural–) para legitimar su visión del mundo. El orden social, las relaciones de fuerza, se amparan en el reconocimiento tácito del poder simbólico. El poder simbólico como instrumentos de conocimiento y de dominación, permiten la instauración del orden social en los diferentes campos. Los campos son los diferentes universos sociales estructurados por las diferentes especies de capital, y donde se compite por una serie de beneficios específicos.

- Los campos

El concepto de campo, como espacio de luchas o apuestas, está pensado para abarcar el doble sentido (la doble historia, a manera de *historia incorporada* e *historia objetivada*) de la vida social que ya hemos descrito. Es un concepto que nos permite pensar (y pensarnos) en términos de relación y en términos de poder (pensarnos dentro de una red de relaciones de poder). Busca mostrar como las relaciones entre los agentes se orquestan en territorios demarcados por “la estructura de distribución de especies del poder (o capital)” (Bourdieu & Wacquant, 2012, págs. 134-135), así como la situación en la que se encuentran los agentes (dominación, subordinación, homología, etc.) respecto a la posición que ocupan. A estos espacios sociales estructurados Bourdieu los define como: “un conjunto de relaciones objetivas e históricas entre posiciones ancladas en ciertas formas de poder (o capital)” (Bourdieu & Wacquant, 2012, pág. 41).

Vale resaltar que “el campo” es una herramienta conceptual que tiene por propósito develar las relaciones históricas de grupos sociales específicos en momentos históricos definidos. Por esta razón, el concepto de campo puede ayudar tanto a la historización de los procesos de diferenciación de las sociedades modernas, como a la develación de las estructuras del poder (y sus lógicas prácticas) de sociedades menos diferenciadas (de ahí que mucho de sus lectores sean antropólogos).

Los campos (en donde se legitiman sistemas simbólicos o sentidos del mundo), en las sociedades más avanzadas, son fruto de los varios procesos de diferenciación en las cuales las formas en que se ejerce el poder se institucionalizan, autonomizan y normalizan. El paso del puro ejercicio de demostración del poder mediante la violencia física (blandiendo la espada del príncipe sobre sus dominios), hacia la institucionalización (y eufemización) del poder a través de las diferentes especies de capital, implica tanto la garantía de conservación del orden social en un sistema universal del reconocimiento del poder (proceso de unificación cultural en el que el Estado –donde se concentran los diferentes tipos de capital– contribuye en la unificación de un sistema escolar, un sistema judicial y fiscal, unas fuerzas armadas, etc.), como la elaboración de los diferentes campos correspondientes a la génesis del poder (es decir, la génesis del Estado). Como se podrá prever, el Estado es la institución de poder que concentra las luchas por la autoridad sobre todos los poderes, es decir, opera en sí como un campo, pero es un *campo del poder*. Como Bourdieu afirma:

“El Estado es el resultado de un proceso de concentración de los diferentes tipos de capital (...) (que va pareja con la elaboración de los diferentes campos correspondientes) conduce en efecto a la *emergencia* de un capital específico, propiamente estatal, que permite al Estado ejercer un poder sobre los diferentes campos y sobre los diferentes

tipos particulares de capital, en especial sobre las tasas de cambio entre sí (y, con ello, sobre las relaciones de fuerza entre sus poseedores). De lo que resulta que la elaboración del Estado va pareja con la elaboración del *campo del poder* entendido como el espacio de juego dentro del cual los poseedores de capital (de diferentes tipos) luchan *particularmente* por el poder sobre el Estado, es decir sobre el capital estatal que da poder sobre las diferentes especies de capital y sobre su reproducción (particularmente a través de la institución escolar). (1997, págs. 99-100)

De esta manera, mientras más diferenciada se encuentra la sociedad tantos más campos (y subcampos) habrá. Todos en competencia dentro del campo del poder, y bajo sus propias lógicas prácticas:

En las sociedades altamente diferenciadas, el cosmos social está conformado por varios de estos microcosmos sociales relativamente autónomos, es decir, espacios de relaciones objetivas que son el sitio de una lógica y una necesidad *específicas e irreducibles* a aquellas que regulan otros campos. Por ejemplo, el campo artístico, el religioso o el económico siguen todos lógicas específicas: mientras que el campo artístico se ha constituido a sí mismo rechazando o revirtiendo la ley del provecho material, el campo económico ha emergido, históricamente, a través de la creación de un universo dentro del cual, como solemos decir, “los negocios son negocios”; donde las encantadas relaciones de amistad y amor están en principio excluidas. (Bourdieu & Wacquant, 2012, pág. 135)

Los campos son microcosmos sociales que gozan de cierta autonomía relativa (tomando en cuenta que están relacionados en el mismo espacio social), es decir, están regidos por lógicas prácticas propias (por regularidades, poniendo énfasis en su aspecto “temporal” o histórico). Sin embargo, su moneda común es que es son espacios de luchas, que “tienen por objetivo [*enjeu*] el monopolio de la violencia legítima (autoridad específica) que es característica del campo considerado” (Bourdieu, 2017, págs. 113-114). Los agentes inmersos dentro del campo están dentro de un juego (espacio de apuestas, de inversiones, de creencias, de *lusiones* y de *libidos*) “coinciden en su creencia (*doxa*) en el juego y en lo que se juega, a lo que atribuyen un reconocimiento fuera de todo cuestionamiento” (Bourdieu & Wacquant, 2012, pág. 135), es decir, a pesar de que en cada campo se luche por un *capital específico*, esta lucha nunca es del todo consciente sino práctica, y, por ende, nunca utilitarista

ni finalista, sino práctica. Sus inversiones derivan de su inmersión en el juego, del conocimiento práctico dentro del *nómos*³¹ del juego.

Los agentes participan en los campos según la *fuerza relativa* que poseen, esto es, el volumen y estructura de capital con el que están configurados. Debe tomarse en cuenta que en cada campo está en disputa un *poder o capital específico*. Las diferentes especies de capital (económico, cultural, social y simbólico –en ese orden de peso–) toman formas específicas en cada campo, es decir, no aparecen de forma pura. En palabras de Bourdieu “Un capital no existe ni funciona salvo en relación con un campo” (2012, pág. 139).

La metáfora del juego permite pensar las estrategias de los agentes (el *conatus* del campo), a la vez deliberadas y a la vez condicionadas. Tanto como estructura objetiva, a manera de espacio previamente estructurado por “reglas” tácitas (naturalizadas), así como espacio de apuestas, es decir, de acciones que “no por ser deliberadas son menos sistemáticas” (Bourdieu, 2013, pág. 107), que requiere la participación activa de los agentes al realizar sus estrategias.

Para [Bourdieu], una sociedad diferenciada no es una totalidad sin fisuras integrada por funciones sistémicas, una cultura común, conflictos que la surcan o una autoridad que la abarca, sino un conjunto de esferas relativamente autónomas de “juego” que no pueden sumergirse bajo una lógica societaria general, ya sea la del capitalismo, la modernidad o la posmodernidad. (2012, pág. 42)

Para nuestros propósitos debemos resaltar que en los campos se juegan “los principios de elaboración y evaluación de la realidad social”, por lo tanto, los agentes, en cada una de sus apuestas dentro del campo realizan una apuesta vital. Unas apuestas por el mundo y la lucha por el sentido de ese mundo en el cual creen, participan y ayudan a construir. Suerte de nichos o *hábitats*, “casa y universo”, los campos *envuelven* y *protegen* (del sin sentido, del absurdo, de la arbitrariedad, de la orfandad, del despojo, *de la miseria del mundo*) al agente sin que este anticipe su arraigo. Por eso, podrá imaginarse tanto la violencia que ejerce la estructura de la distribución desigual de los capitales, que margina a unos seres humanos (aquellos en las posiciones de más desventaja, desposeídos de capital y, por ende, del mundo) y consagra a otros. El ser humano *habita* el mundo gracias al sentido (sistemas

³¹ La arbitrariedad está en el origen de todos los campos (...) cada uno tiene su “ley fundamental”, su *nómos* (palabra que suele traducirse por “ley”, aunque sería mejor decir “constitución”, que recuerda mejor el acto de institución arbitraria, o “principio de visión y división”, más próximo a la etimología) (...) lo que significa que una vez que se ha aceptado el punto de vista constitutivo de un campo, no cabe adoptar un punto de vista exterior: tesis que, como jamás se plantea como tal, no puede contradecirse, el *nómos* carece de antítesis (...) sólo puede permanecer impensado, crisol de todos los planteamientos pertinentes, no puede producir los planteamientos capaces de replantearlo (Bourdieu, 1999, pág. 129).

simbólicos) que yace en los campos. ¿Qué clase de mundo propone la web 2.0? ¿Podemos considerarlo un campo transnacional que crea un sentido común específico? De ser así ¿cuál es el sentido común que se legitima en la web 2.0?

2.3. La web 2.0 como estructura objetiva

Con “estructura objetiva” queremos decir el orden social incorporado en la realidad (en sus instituciones, en sus campos, en sus tecnologías, en sus mecanismos, en sus capitales) que garantiza la perpetuidad y reproducción del mismo orden. Paradigma *trascendente* al agente, más allá de su control, en el que el agente está lanzado y, por decirlo de algún modo, condenado a habitarlo. Historia objetivada en las cosas que garantiza su permanencia, permite que el orden social se perpetúe en el tiempo porque el propio orden social (las relaciones de poder) se encargó (históricamente) de hacerlo trascendente (“inmortalizarlo”). Piensese como una obra arquitectónica, por ejemplo el palacio de Carondelet o un hospital o una escuela, que sobrevive a la vida de los agentes y que son espacios a los que se le reconoce como importantes y que encarnan a la sociedad como tal. Así como una obra arquitectónica es la materialización simbólica de la sociedad, las demás estructuras objetivas (el lenguaje legítimo, el sistema escolar, el sistema político, la música, el arte, la economía, etc.,) se imponen al agente y se incorporan dentro del pensamiento y el cuerpo (le dan sentido, o sea, significado y dirección). Nuestra propuesta es que así como las objetividades sociales mencionadas, la web 2.0, como espacio de participación digital entre agentes, es también una estructura objetiva que garantiza la perpetuación de un orden social.

Como podrá preverse, el mundo objetivo o las estructuras objetivas, sólo sobreviven gracias a la incorporación de su lógica dentro del agente. Se aprenden mediante la *mimésis* del mundo, como enseñanzas para un juego que no se plantea como tal pero al que se tiene que estar *dispuesto* para poder vivir (*Zōnē*) en él. La realidad se configura gracias a la inmersión del agente que se encarga, casi mecánicamente, de reproducirla, porque es el mismo agente el que está en juego. Pero la realidad social no habita de manera uniforme en todos los agentes, cada agente incorpora la realidad social a la que está abocado (condicionado). De esta forma, si el paradigma de nuestra época es el informacionalismo, dependerá de la posición social en el que el agente se encuentre en el espacio social para operar de manera “armónica” dentro del paradigma (si es que acaso llega a conocerlo –piensese, por ejemplo, en personas muy ancianas de sectores o grupos sociales marginados–).

Como toda estructura objetiva no es sino la acumulación de una serie de procesos históricos objetivados (a la manera de un palimpsesto), debemos rescatar los procesos históricos que subyacen en la web 2.0 y que configuran su objetividad. Nosotros hemos planteado que, como producto del paradigma informacional, son cuatro los procesos históricos que le dieron (y dan) forma a la web 2.0. A saber, la revolución de las tecnologías digitales, la universalización del *american way of life* (en este caso a través de las tecnologías digitales que heredaron la ficción del *star system* de la televisión, permitiendo su divulgación y recreación a manera de “cultura amateur”), la reestructuración neoliberal y posfordista del capitalismo (procesos productivos reticulares, de jerarquía horizontal y de mano de obra especialista-multifuncional, amparados en la axiomática del liberalismo económico) y su consecuente capitalismo cultural (capitalismo humanitario consagrado como proyecto igualitario – mito del consumo responsable–). Estos procesos son los que estructuran a la web 2.0, están insertados dentro de la tecnología y potenciaron su difusión. Su uso implica la traslación, de manera tácita, de un orden social específico, a saber: la reestructuración del capitalismo en forma de neoliberalismo como *doxa* (como experiencia inmediata del mundo). El poder que configura a las tecnologías digitales es también el poder que se impone sobre sus usuarios. Veamos pues, cómo se presenta de manera tácita pero objetiva la lógica neoliberal en el uso y participación dentro de la web 2.0.

La web 2.0 aparece de manera inmediata, ante cualquier usuario, con el simple acceso a las principales *social media* (*Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, WhatsApp, etc.*). De inmediato, las diferentes plataformas digitales invitan o sugieren a la mera “intuición”. Obligan un *aprendizaje por simple familiarización*, es decir, una serie de ejercicios estructurados para transmitir prácticas específicas (proceso de construcción social de la intuición y del sentido común que deviene en construcción de un *habitus* específico dentro del campo): no sólo en tanto al uso de tecnologías (saber teclear, saber ubicar intuitivamente los iconos relevantes, en suma, desenvolverse con libertad con la tecnología digital), sino también, y esto es lo más importante, *reconocer las prácticas permitidas y valoradas que otorgan cierto tipo de gratificaciones, aprobaciones y recompensas*. Por ejemplo: saber *posicionarse* frente a la cámara, escoger una foto de perfil adecuada, escoger la plataforma digital “más relevante” –identificando tácitamente donde se encuentran los recursos simbólicos cotizados para lograr cierto tipo de reconocimiento social–, saber qué palabras o tipos de texto utilizar (en qué momento usar emoticones o no, cuando es “relevante” un “meme”, o como escribir refranes sin “saturarse” de un exceso de “caracteres”), saber qué tipo de información se *desea* publicar, saber cómo hacerse llamar en su perfil de usuario, etc. En todos estos casos la misma plataforma exige de sus usuarios no sólo información sin la cual no puede participar (la “información estructurada” en el vocabulario de la informática), sino una forma de racionalidad adecuada (un *sistema de disposiciones* necesarias) para tomar decisiones inmediatas. Así, la web 2.0 se encarga de crear una *libido* que se

ajuste a su reproducción, y lo logra puesto que sus usuarios encuentran razones suficientes –reconocen la importancia que tiene sobre ellos– para participar en él.

No hay espacio social que no se simbolice y no existe tecnología que no requiera unas disposiciones para saber cómo usarlas. En nuestro caso, el uso de las tecnologías web 2.0 implica también una apropiación simbólica (esta es la razón principal que lo convierte en un campo, porque en él se encuentran *disputas simbólicas*, en él se construye el mundo y se disputa una visión del mundo) que es también una forma de posicionamiento en el mundo. Y sin embargo, el proceso de simbolización no es del todo deliberado, está previamente estructurado. El usuario no encuentra un mundo “vaciado” en la web 2.0, encuentra plataformas con cierto orden, llenas de señales que sugieren y demandan el reconocimiento de ese mismo orden.

El mundo de la web 2.0 es un mundo señalizado. Y cada señal es el vestigio de los procesos históricos que precedieron su constitución. Cada vestigio conforma su objetividad, y cada objetividad no es sino el resultado de unas luchas por objetivarse dentro de este mundo (una lucha por ser parte del sentido de ese mundo). Las luchas por la objetivación, por imponerse como realidad (como verdad universal, luchas por convertirse en axiomática), que le antecedieron a la constitución de la web 2.0, fueron las apuestas e inversiones que hicieron diferentes campos interesados dentro del campo del poder.

La génesis de la web 2.0 muestra cómo los intereses del campo del poder permitieron la emergencia de Internet y, consecuentemente, de la web 2.0. Ahora bien, las luchas internas dentro del campo del poder consistían en qué campo tendría la autoridad sobre Internet. La aparente colaboración entre proyectos militares, ciencia y academia, empresas privadas y movimientos “contraculturales”, ocultan las luchas que le precedieron y dieron forma a Internet. Todos estos campos tuvieron intereses específicos en el desarrollo de la tecnología digital, aunque, al fin y al cabo, todos derivaban del mismo paradigma que configuraba al espacio social en el que sobrevivía cada campo. Para decirlo más claro, las luchas por la constitución de Internet se realizaron “dentro” de Estados Unidos y (casi marginalmente) Europa (sobre todo desde el CERN), es decir, en un contexto social marcado por las particularidades del orden social norteamericano que, desde la década de los setenta, se caracterizaba por el ascenso del neoliberalismo. Fueron agentes que vivían y pensaban mediante y dentro de un paradigma, que pertenecían a una sociedad específica, la sociedad norteamericana del norte de California, las que construyeron Internet. Unos agentes que compartían un sistema de creencias comunes y que prepararon las bases para potenciar la reestructuración por la que pasaba el capitalismo. Discursos fuertes (“porque cuenta a su favor con todas las fuerzas de un mundo de relaciones de fuerza que contribuye a que sea tal cual es” (Bourdieu, 2000, pág. 138)) en torno a la desregularización de la empresa privada, la mundialización de los mercados, la ética del mercado y

esa suerte de asociación de la libertad como mera libertad de empresa, fueron el *ethos* y de *telos* para esta sociedad que pensaba que sin el desarrollo del mercado no era posible la libertad del individuo. Así, los agentes que diseñaron la tecnología digital pudieron potenciar la libre explotación de las potencialidades individuales porque estaban inmersos dentro del mismo paradigma (eran parte de las mismas luchas por la constitución de Internet). Tomemos como ejemplo la lucha encarnizada entre Microsoft y Apple, que era ante todo una lucha por el mercado, cuyo ganador era aquél que se ajustaba más a los ideales del informacionalismo: es decir, cuál de las dos empresas prometía más “libertad para el desarrollo de las potencialidades individuales”. De esta forma, hay un orden social tácito en Internet (y en consecuencia en la web 2.0) que reclama universalidad e imponerse como totalidad.

El balance de los poderes que terminaron por estructurar a la web le concede un peso fundamental (*sine qua non*) al poder económico. Como mencionamos en el capítulo 1, en la década de los noventa Internet se privatizó por presión de los intereses de redes corporativas privadas, que encontraron un potencial comercial en Internet. En otras palabras: “.com” tiene un dominio fundamental sobre “.edu”, “.org” o “.gov”. Internet es una de las industrias más millonarias del mundo “las empresas de contenidos como Google, Yahoo y Facebook, que hoy concentran grandes flujos de información y datos de la Red, se transformaron en grandes actores de poder económico y político” (Zuazo, 2015, pág. 112). De esta manera, bajo el dominio de la lógica de mercado, el tráfico de Internet desde que se privatizó, pasó del consumo a través de cientos de miles de sitios web dispersos por el mundo a 35 sitios en el 2014 que concentran el tráfico de Internet y ofrecen servicios y aplicaciones especializados a las que se les confía la mayor parte de nuestro tiempo (Zuazo, 2015). El dominio que ejercen los fines comerciales sobre Internet y sobre sus usuarios, muestra la entrega irrestricta hacia la lógica del libre mercado, así como la difusión de la lógica liberal como base del sentido práctico requerido para su uso.

Las plataformas digitales se presentan ante el usuario con toda la apariencia de ser un espacio “libre”, propone (casi como una sugerencia incisiva) potenciar la “libertad” que tiene el agente de auto-gestionarse (Bauman (2012) lo llama “proceso de autoidentificación”). En la web 2.0 ya existe una axiomática de la libertad y se concreta bajo la forma del “usuario” (la forma que tomo el *ens realissimum* del individualismo neoliberal tácito en la tecnología digital). La herencia de la axiomática de la libertad en la web 2.0 viene propiamente del paradigma en el que nace, a saber, el informacionalismo. El informacionalismo se difundió en un contexto de proliferación del neoliberalismo en el mundo. El individuo “libre”, piedra angular del liberalismo económico, es sólo posible en un espacio social desregulado para la libre competencia (sin la coerción, por parte del Estado, de las potencialidades empresariales de los agentes), en un sistema descentralizado de “libre”

flujo de información y de “libre” flujo del mercado (cómo funciona el sistema IP y DNS en Internet, que son protocolos de ubicación de dispositivos que se conectan de manera descentralizada en Internet). ¿No es el “usuario” ese sujeto ideal del neoliberalismo, es decir: aislado, atomizado, cuantificable, desmovilizado, flexible y dispuesto al devenir del *laissez faire*, en pocas palabras, libre de las engorrosas ataduras históricas de la sociedad? ¿Qué mejor metáfora para el sujeto ideal del neoliberalismo que el avatar del usuario, silueta blanca, escueta y vacía, y los bloques en blanco y sin biografía (*Zωή*) sobre los que el agente debe representarse (“iniciar”)“desde cero”? ¿No es la web 2.0 el escenario soñado por la utopía neoliberal, es decir, un espacio propicio para la instauración del reinado absoluto de la flexibilidad?

Lo que ocurre dentro de la web 2.0 es que se objetiviza al individualismo como una posibilidad de ser (de devenir sujeto), y por eso, justamente, es una promesa para poder “ser”, y encontrar sentido, es decir, es un depósito de un recurso simbólico vital: es un refugio que otorga una justificación para existir y agenciarse de manera práctica –inconsciente– a esa justificación. En otras palabras, la web 2.0 es una herramienta que hace individuos, consagra a los agentes con individualismo, los incita a volcarse al mundo de la “libertad” digital, al mundo de la auto-creación libre (espacio que le enseña y le permite llegar a ser un especialista-multifuncional, aprendiendo a encargarse de su propia promoción), “mundo infinitamente basto” donde los límites “los pone uno mismo”. La forma en que se simboliza a la web 2.0 es parte de la propia estructura del paradigma informacional: reticular y ubicuo, como si fuese un lugar etéreo, como una nube, etc.

El “mundo virtual” quiere decir, sobretodo, *espacio de la potencialidad de ser*, pero sólo se puede ser lo que de una u otra forma ya se es, es decir, el mundo objetivado dentro de cada uno (la posición que ocupa un agente dentro del espacio social). Por eso, la promesa por “llegar a ser” en el mundo virtual, es realmente un aleccionamiento (ejercicio de violencia simbólica estructural) de lo que “ya se es” hacia un proyecto político, al *telos* liberal subyacente en de las plataformas digitales, es decir: hacer del proyecto neoliberal una cultura, un *ethos* inmanente en el agente, que el neoliberalismo se espiritualice en forma de *eîdos* y que se incorpore en las prácticas (que construya la mente y el cuerpo) en forma de *héxis*. Y la forma en que lo consigue de manera objetiva es a través de sus *mecanismos de usuarioización*.

El precio de participar en la web 2.0 es de duplicar la individualización que de por sí el Estado impone sobre los agentes en sus rituales de institución. El agente que se incorpora dentro de la web 2.0 se somete a la *obligación autoimpuesta* de crear su *identidad* digital. Paradójicamente, esta auto-imposición es una apuesta por una “libertad sin límites”. Esa es la razón por la cual el agente invierte su tiempo en la web 2.0: porque hay una *illusio* que le hace creer que sus inversiones dentro de la

web 2.0 tienen importancia (tácita o no) sobre su vida. Invierte su tiempo en la web 2.0 porque en este espacio encuentra la libertad de ser “él mismo”, y *lo que pone en juego es la imagen de sí mismo* (explotar la imagen de sí mismo). Es, por decirlo de algún modo, una coerción por iniciativa personal, no vista, al menos en primera instancia, como autoagresión, sino como despliegue del sueño colectivo de “ser uno mismo”.

El acierto de Byung Chul-Han es precisamente hacer visible lo antes dicho. Que el imperativo del paradigma de la sociedad informacional (neoliberal en su columna vertebral) es la autoexplotación como sinónimo de libertad:

“El sujeto de rendimiento está libre de un dominio externo que lo obligue a trabajar o incluso lo explote. Es dueño y soberano de sí mismo. De esta manera, no está sometido a nadie, mejor dicho, solo a sí mismo. En este sentido, se diferencia del sujeto de obediencia. La supresión de un dominio externo no conduce hacia la libertad; más bien hace que la libertad y coacción coincidan. Así, el sujeto de rendimiento se abandona a la *libertad obligada* o a la *libre obligación* de maximizar el rendimiento. El exceso de trabajo y rendimiento se agudiza y se convierte en autoexplotación. Esta es mucho más eficaz que la explotación por otros, pues va acompañada de un sentimiento de libertad.” (2018, págs. 30-31).

En efecto, “el imperativo del rendimiento, como nuevo *mandato* de la sociedad” (2018, pág. 29) es constitutivo del ideal neoliberal, desregulado, descentralizado, universal y se consolida en la conversión del agente en su propio explotador, sin que esto le parezca explotación, sino un autodescubrimiento (indagación de la libertad). Esto ocurre de una manera particular en la web 2.0, a través los *mecanismos de usuarioización*.

El principal mecanismo objetivo de la web 2.0 para su reproducción es la transformación del agente en usuario. Es decir, sus mecanismos de *usuariización*, que dentro de la web 2.0 (gobernado por el poder económico que impulsa las actividades comerciales de los usuarios) funciona como una metonimia que confunde una de las varias formas del usuario, a saber, el cliente, como si fuese su totalidad. En efecto, el interés corporativo convirtió a los usuarios de Internet en clientes de Internet. Y esta conversión se universalizó en Internet gracias a la iniciativa privada, y en complicidad con muchos Estados³², de “globalizar” las diferentes tecnologías digitales.

³² [Sobre los Foros de Gobernanza de Internet (IGF)] A partir de allí, con el impulso del sistema de Naciones Unidas, se definió la “gobernanza de Internet” y se la adoptó como la forma de gobierno que todavía rige a la Red. En épocas de optimismo democratizador de las tecnologías, era una invitación a que los gobiernos aplicaran, localmente y colaborando con empresas y organizaciones sociales, las políticas para gestionar la Red.

Los procesos de usarización en la web 2.0 tienen un doble resultado. Por un lado, la transformación del agente en usuario lo convierte en una unidad medible que genera información valiosa para un mercado ávido de datos (ya sea para fines comerciales –financiera, patrones de consumo, etc– o para fines políticos). Por otro lado, lo inserta dentro de la *illusio* y *doxa* características del neoliberalismo en la web 2.0, es decir, genera unos *éidos* y unas *héxis* (sistema de disposiciones) correspondientes a las estructuras sociales que configuran a la web 2.0. La compaginación de ambos procesos es la base del *conatus* de este campo, que como todo campo busca *ordenar los pensamientos y sugerir los sentimientos a través del ordenamiento riguroso de las prácticas* (Bourdieu, 2013, pág. 112). Suerte de armonía entre las posiciones que el campo demanda y las disposiciones que el usuario genera³³.

La estructura de la web 2.0, gobernada principalmente por el poder económico, es un espacio construido por los ideales prácticos del neoliberalismo que legitiman los *estilos de vida dominantes* principalmente precedidos por la penetración de la cultura norteamericana (el *american way of life*).

En complicidad con los usuarios, en la web 2.0, se legitima al consumidor solvente, al aventurero empresario de sí mismo, pero sobretodo (y esta es la objetividad que se imprime de inmediato en el agente) al *autopromotor de su propia imagen*. En otras palabras, “mostrarse en la delantera del pelotón” no sólo transmite, como afirma Bauman (2012), un alto valor de mercado, sino una condición obligatoria del usuario: *mostrarse*. La “huida hacia la imagen” es la condición para jugar dentro de la web 2.0. El usuario debe saber y aprender cómo mostrarse. Este simple acto de exhibición o espectacularización de sí mismo, estructurado por el campo, abarca todo el peso del campo. Puesto que en la autopromoción de la imagen de sí mismo se reclama el derecho de participar por un tipo de capital específico, a saber la *autoridad snob*. La autopromoción dentro de la web 2.0 es un acto de reconocimiento del poder del orden social que lo configura. No es un acto aleatorio, no se puede *ser* de cualquier forma, uno no puede representarse de cualquier forma en la web 2.0, tiene que haber reconocido los *estilos de vida dominantes* que estructuran al campo, esas maneras de ser apreciadas implícitamente por el campo. Su autopromoción es una *toma de posición* en el campo, es decir,

Pero también era un triunfo de Estados Unidos y Occidente por un modelo de organización supranacional para administrar Internet, donde un organismo global iba a incidir en sus políticas futuras, que involucran no sólo las necesidades de cada país, sino que tuvieran en cuenta los intereses de empresas privadas (...) (Zuazo, 2015, pág. 111).

³³ Este prerrequisito tácito en la web 2.0, el de la individualización auto-obligada que se hace objetiva en los mecanismos de usarización, se impregna cada vez más desde los *habitus* originarios, a temprana edad. En otras palabras, la web 2.0 se convierte cada vez más (a medida que la tecnología digital se extiende en más territorios) en una de las primeras experiencias del mundo social, en una sumisión *dóxica* primaria. No es de desconocimiento que el niño, cuyos padres tengan un “*smart phone* o una televisión” quiera tener un perfil de cualquier red social, o esté habituado a usar tecnologías digitales. La *illusio* del juego de aparecer a la luz (o sombra luminosa) de una imagen digital, es parte de las recompensas sociales de las cuales los más habidos (y más avisados en reconocer) en obtener son aquellos que están empezando a devenir agentes.

reconocimiento práctico e implícito de cómo se debería ser a los ojos del campo. Desea exhibirse (*libido* socialmente construida) porque la recompensa es un puro capital simbólico: el reconocimiento social.

Esa es la característica principal de todos los campos, proporcionar sentido y reconocimiento, en pocas palabras, una justificación para existir:

El mundo social –dice Bourdieu– ofrece a los humanos aquello de lo que más totalmente desprovistos están: una justificación para existir. En efecto, no es posible comprender la atracción que ejercen casi universalmente los sonajeros sociales –condecoraciones, medallas, honores o bandas– y los actos de consagración que marcan y perpetúan dichos honores, o incluso los sustentáculos más corrientes de la inversión en el juego social –mandatos o misiones, ministerios o magisterios–, sin tomar nota de un dato antropológico que los hábitos del pensamiento inducen a remitir al orden de la metafísica, a saber: *la contingencia de la existencia humana y, sobre todos, su finitud, respecto al cual Pascal observa que, aunque sea la única cosa cierta en la vida, hacemos todo lo que está en nuestra mano para olvidarla entregándonos a la diversión o refugiándonos en la “sociedad”*. (...) Por medio de los juegos sociales que propone, el mundo social proporciona algo más, y algo diferente, que las apuestas aparentes: (...) consiste en el hecho de salir de la indiferencia (o la depresión), de estar ocupado, proyectado hacia unos fines, y de sentirse dotado, objetivamente y, por lo tanto, subjetivamente, de una misión social. Ser esperado, requerido, estar agobiado por las obligaciones, y los compromisos, no significa sólo evitar la soledad o la insignificancia, sino también experimentar, de la forma más continua y más concreta, la sensación de contar para los demás, de ser importante para ellos y, por lo tanto, en sí, y encontrar en esta especie de plebiscito permanente que constituyen las muestras incesantes de interés –ruego, solicitudes, invitaciones– una especie de justificación continuada de existir. (...) El mundo social confiere aquello que más escasea, reconocimiento, consideración, es decir, lisa y llana mente, razón de ser. Es capaz de dar sentido a la vida y a la propia muerte, al consagrarla como sacrificio supremo. (1999, págs. 315, 316, 317).

¿Podría pensarse un espacio contemporáneo más preciso (y significativo) para este tipo de consagraciones que aquel que congrega a millones de personas esperando ser reconocidas por esa mirada pública invisible pero ubicua? La conquista más importante de la web 2.0 es que tiene toda la potencia de ser un puente de conexión entre un sistema simbólico particular (a saber, el

neoliberalismo como *doxa*) y el banco del recurso social más valorado, es decir, *el reconocimiento social*.

Sin embargo, la paradoja de la web 2.0 es que a la vez que se presenta como un espacio “libre” (“libre de ser lo que se desea ser”), el agente sólo puede atenerse a lo que debe y *puede ser*. Bourdieu (1999) menciona, que los ritos de institución a los cuales las familias se atienen, sirven para ajustar, de modo deliberado, las aspiraciones con las oportunidades, las necesidades a las posibilidades objetivas (*lusiones*), la anticipación y la aceptación de los límites visibles o invisibles, explícitos o tácitos. Así, da a entender que los *habitus* son el reflejo de unos poderes desiguales que se ajustan a las posibilidades objetivas de las condiciones sociales de los agentes. ¿No ocurre lo mismo con los usuarios, que adjuntándose a los procesos de individuación digital (mecanismos de *usuarización*), por medio de las herramientas digitales, incorporan en sus *habitus* un mundo idealizado (neoliberal) al que sólo pueden entrar haciendo uso de los recursos que objetivamente poseen? ¿Acaso la web 2.0 no generaliza unas esperanzas que para la mayoría de usuarios son desproporcionales? (Por ejemplo la accesibilidad a tener cuenta de *Instagram*, pero la inaccesibilidad de poder llegar a conocer o ser como sus celebridades de Internet, los llamados *influencers*). De esta manera, la violencia simbólica inherente en la web 2.0 (herramienta objetiva del paradigma informacional) se hace efectiva sobre sus usuarios, forzándolos a mirar su realidad mundana a los ojos ³⁴del campo.

A continuación, veremos cuál es la forma del campo, es decir: la relación de la web 2.0 con el campo del poder, la estructura de las luchas y su sistema de disposiciones.

2.3.1. La estructura de la web 2.0 frente al campo del poder

El balance de fuerzas de las luchas por la constitución de Internet (con inclinación a favor del poder comercial sobre Internet) proporciona uno de los factores de la *autonomía relativa* que caracteriza al campo. A la par, las luchas por la autoridad dentro del campo contribuyen a sus procesos de autonomización. Es decir, el campo se reproduce tanto por su posición dentro del campo del poder (que es la historia de los cuatro procesos históricos que le posicionaron a la web 2.0 como un poder social relevante), como por las luchas internas en competencia por el capital simbólico particular del campo. En nuestro caso, las luchas por la conquista de la *autoridad snob*, que sólo es posible cuando

³⁴ Esto nos hace pensar sobre la “necesidad” que tienen los usuarios en la web 2.0 de demostrar su bienestar (en fotografías, en publicaciones, en videos, en gustos, etc..) o mejor dicho, la búsqueda que otros reconozcan su bienestar. *Allodoxia* intrínseca de muchos usuarios para permanecer dentro de ese halo de esperanzas que le dan sentido a su vida dentro de la web 2.0.

el usuario afina sus disposiciones al espacio de los estilos de vida dominantes correspondiente a las estructuras sociales que gobiernan el campo (el estilo de vida legítimo que propone el neoliberalismo de la cultura digital es la renovación del culto al *winner*, con nuevos rostros juveniles, pero al fin y al cabo, idealizando a la libertad asociándola con disposiciones corporales, con accesorios, etc.)

En el siguiente gráfico se ven los factores que constituyen a cualquier campo:



Gráfico 1 Factores de los procesos de autonomización del campo

Sobre la posición de la web 2.0 en el campo del poder, debemos destacar el poder particular del campo por el cual puede detentar un espacio en el campo del poder. Ese poder, que podría igualarse al poder mediático, es que es un espacio de propagación de la verdad (un medio de difusión masiva de información), que además goza de la complicidad participativa de sus usuarios para la propagación y para la puesta en práctica de la información difundida.

Como gran banco de información del comportamiento humano, la web 2.0 es también un espacio de control de las mentes (poder sobre el juicio de otros, poder para influenciar sobre el pensamiento de otros). Es necesario resaltar el poder del *big data* en la época de las redes sociales. Aquella forma de gobierno que Han (2014) llama *dataismo*. El auge de las empresas de análisis de datos, como *Baoss*, *Cambridge Analytica* o *Social Blade*, muestra la riqueza escondida tras la mera participación del usuario dentro de las redes sociales. Banco de información que puede mostrar la geografía de los gustos y de las prácticas, los patrones de consumo y las necesidades sociales, la distribución de la riqueza, y con esa información también incidir en la universalización de los gustos, es decir, crear las condiciones para una homogenización de las prácticas (pero no de las condiciones sociales de esas prácticas). Y junto con la recopilación de información en *big data*, la clasificación social: la selección de agentes pertinentes al modelo ideal del campo, y la exclusión de agentes inservibles. La

información que posee la web 2.0 va desde información financiera, información comercial, información política, hasta información sobre seguridad pública. Por eso, el interés en la web 2.0 de aquellos detentores de capital económico, autoridades del campo y, sobretodo, dueños de las plataformas digitales, es que pueden llegar a sobrepasar el poder que tienen muchos Estados, o al menos incidir sobre el Estado. El oligopolio de las redes sociales es un reflejo del poder de la lógica del libre mercado sobre la sociedad, y el poder que tiene el reconocimiento práctico de esa lógica sobre la construcción de las prácticas (bienes consumidos que representen bien los estilos de vida dominantes).

Ahora bien, no hay que olvidar que el matrimonio entre el campo de producción (empresas proveedoras de contenido) y el campo de consumo (usuarios de plataformas de la web 2.0) se sintetiza en las luchas por el capital específico que ofrece el campo, tanto para productores como para consumidores: el *poder snob*. En efecto, el *poder snob* es la legitimidad y el reconocimiento del poder que tiene un agente para influir sobre los juicios de los demás. El esnobismo en la web 2.0 no es más que una serie de actos teatrales y espectaculares que representan la legitimidad de las estructuras sociales que gobiernan el campo. Llámese *personal-branding*, *self management*, *Internet celebrity* o *influencer*, lo cierto es que todos tienen en común este acto de personificación (acto de espectacularización de la imagen personal) que si logra el reconocimiento (reconocimiento tácito, sentido común, sobre una visión del mundo) de la mayoría de usuarios, se puede hacer acreedor de recompensas simbólicas y materiales (dependiendo de la plataforma digital).

La lucha por el *capital snob* es un beneficio que buscan tanto productores como consumidores puesto que aseguran su perpetuidad en el campo. El ejemplo clásico, del lado de los productores, de este esnobismo es Steve Jobs, autopromotor por excelencia de su imagen y de un estilo de vida que buscaba personificar (la mayoría de transhumanistas y tecnófilos tienen siempre como referencia a esta figura social para representarse las personalidades de sus sueños colectivos): solvencia económica, jovialidad, “libertad”, etc. (las figuras sociales contemporáneas, herederos de estos rituales performativos son Mark Zuckerberg y Elon Musk). Por otro lado, el usuario, tomando como modelo representativo a las figuras sociales que encarnan el mundo legítimo, si logra equilibrar sus formas de performatividad (de auto-promoción) desde su posición sin perder de vista la lógica de los parámetros de reconocimiento (dictado por el espacio de los estilos de vida dominantes), no sólo logra el reconocimiento social deseable por el campo, sino que podría apostar por una mejor posición en el espacio social (piénsese en celebridades de *YouTube* o *Instagram*). Estas recompensas son posibles, o están estructuradas, por el dominio del capital económico sobre la web 2.0. Los siguientes diagramas podrían explicar mejor estos puntos.

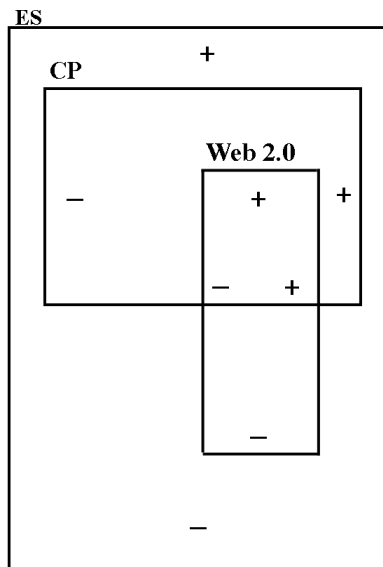


Gráfico 2 Representación del campo web 2.0 frente al campo del poder

+= Polo positivo, posición dominante

-= Polo negativo, posición dominada

ES= espacio social

CP= campo del poder

En este gráfico se representa la posición del campo en el espacio social y el campo del poder; y la estructura de las tomas de posición legítimas dentro del campo, es decir, la lógica de las elecciones posibles, las apuestas e inversiones, que el agente debe abocarse para poder competir.

La web 2.0 está situado a la derecha del espacio social, es decir, se estructura más por el capital económico, por ende, está ubicado en el polo dominante del campo del poder (Zukerberg, dueños de grandes empresas de contenido como Google, tecnófila, transhumanistas, etc.). Los agentes tienen más posibilidades de obtener recompensas si se inclinan hacia la derecha, es decir, inclinados por las prácticas legítimas del espacio de los estilos de vida dominantes. Ahora bien, la línea que corta al campo, es la línea que separa a aquellos que están dentro del campo del poder y aquellos que son usuarios que participan de la misma lógica (reconocimiento del poder dominante) pero no tienen ningún tipo de participación dominante dentro del espacio social. Los signos negativos es el detrimento del capital cultural por prácticas que se invierten por ese capital. En otras palabras, no hay capital cultural que garantice en sí mismo algún éxito dentro de la lógica de participación dentro del

campo web 2.0. Recuérdese que el capital específico es el *poder snob*, es decir el espectáculo y la autopromoción. Esto se explica mejor en el siguiente diagrama.

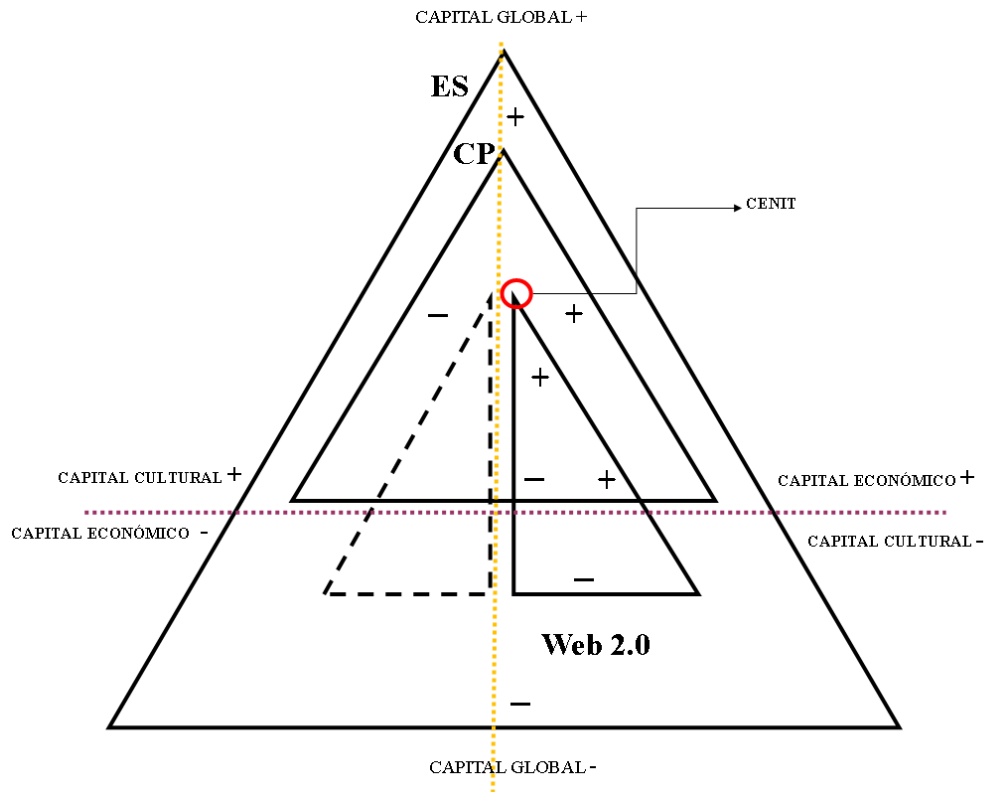


Gráfico 3 Estructura jerárquica del campo y tomas de posición

Este gráfico busca representar la forma jerárquica (piramidal) de los campos y el espacio social (ambos están relacionados por un isomorfismo lógico –cada campo es una metáfora del espacio social, y el espacio social funciona como un campo de luchas–). En otras palabras, el gráfico trata de hacer evidente que en las posiciones más bajas del campo se concentran tanto más aspirantes y menos recursos, a comparación de las posiciones más altas que poseen más recursos (o poderes) y, por ende, hay menos aspirantes que puedan competir contra aquel que está en posiciones dominantes.

El triángulo entrecortado del campo web 2.0, trata de representar que las inversiones hacia la izquierda (hacia el poder cultural, –títulos y prácticas de nobleza cultural–) no tienen el mismo poder que las ventajas de las inversiones hacia la derecha (tanto más poder económico se *ostente*, mejores posibilidades tiene de ascender). El poder cultural en la web 2.0 está en desventaja en las luchas por la autoridad del campo. Aquel que apueste por imponer prácticas “culturalistas” debe pagar el precio de la espectacularización (por ende divulgación y vulgarización) de dicha práctica para poder hacer

real sus esperanzas de reconocimiento. Aunque lo que se persiga en el campo sea reconocimiento social, el capital cultural no solo no es la fuerza estructuradora, sino que todo aquello que tenga aires “culturales” dentro de la web 2.0 está condenado a la caducidad de cualquier moda.

El cenit de la web 2.0, *la autoridad snob*, refleja bien el proceso de “desaparición progresiva de los universos autónomos de producción cultural” del que hablaba Bourdieu (2000) con respecto a la invasión neoliberal (del reinado del libre mercado) en los diferentes universos sociales regidos por intereses comerciales. En efecto, la web 2.0 es una máquina de divulgación *per se*. Y como espacio social que es, aboca a los agentes a su propia divulgación. Entonces, si es un espacio que potencia la divulgación, y, consecuentemente, como Bourdieu (2017) explica, “la divulgación devalúa” ¿Por qué sería un campo un espacio que disminuye el *poder distintivo* de otros universos sociales, y tiene como condición su propia divulgación? La explicación es muy sencilla si contemplamos este dilema bajo la preponderancia que tiene el capital simbólico sobre el ser humano (para el estructural-constructivismo). A saber, el ser humano no puede no pertenecer a espacios que justifiquen su existencia. El proyecto político neoliberal no puede avanzar en detrimento de los universos autónomos de producción cultural *si no es capaz de reemplazar su eficiencia simbólica*. En otras palabras, puesto que es parte de la inmanencia del agente vivir (*Zōnē*) dentro de universos de sentido, ningún proyecto político tendría éxito si es que no es capaz de proporcionar sentido, o siendo más precisamente, donde se luche por el sentido del mundo. La web 2.0 es ese espacio social virtual proveniente del neoliberalismo que logra suplir esa necesidad social de reconocimiento.

La auto-divulgación del agente en la web 2.0 tiene sus propios criterios de consagración de poder distintivo. Precisamente porque dentro del campo no se hace del todo consciente el “valor peyorativo” (la vulgarización) de la divulgación, o, mejor dicho “los agentes actúan como si no supieran” porque tienen esperanzas o, mejor dicho, un *habitus* que hace imposible el “contacto con el absurdo (arbitrariedad) de la verdad”. Bourdieu, acerca del desconocimiento cómplice de la lógica práctica, dice lo siguiente:

(...) lógica social [que] no puede convertirse en *common knowledge*, como dicen algunos economistas (...) Cabría hablar de desconocimiento compartido para designar este juego en el que todo el mundo sabe –y no quiere saber– que todo el mundo sabe –y no quiere saber– la verdad (...). Que los agentes sociales puedan dar la impresión de engañar y ser engañados a la vez, que pueda parecer que se engañan y se engañan a sí mismos acerca de sus (generosas) “intenciones”, se debe a que su engaño (del que también puede decirse, en un sentido, que no engaña a nadie) está seguro de contar con

la complicidad de los destinatarios directos de su acto, así como con la de los terceros que lo observan. (...) (1999, pág. 253)

El aparente dilema de la búsqueda de la singularidad (de la distinción) en la web 2.0 a pesar, y mediante, la divulgación, se resuelve en el estado de “inconsciencia” que permanece su propia lógica. Y permanece en inconsciencia porque el interés en el sentido del juego es mucho más penetrante (porque es experiencia inmediata) que la verdad de la arbitrariedad. En pocas palabras, a pesar de la divulgación (que no se presenta “totalmente” como tal), los agentes inmersos en el campo web 2.0 actúan por sumisión *dóxica* en competencia por la *autoridad snob* (que es la lógica del campo), porque el propio campo se impone como realidad inmediata (sin *epoché* del mundo).

Los usuarios se encargan de convertir (esa “magia” propiamente social) la divulgación en un acto distintivo (a pesar del absurdo que eso implica). La web 2.0 tiene su propia lógica práctica de elevar al agente al cenit del campo o arrojarse al nadir. Especialmente porque convierte al usuario en una suerte de *creador de sí mismo*. Lo hace simular la labor de artista, cuasi artista vulgar de sí mismo: transformador de lo implícito (los criterios de valor legítimos medido por el estilo de vida dominante) en explícito, del gusto en objeto (el objeto es la imagen de sí mismo) y precisamente porque logra hacerlo explícito, porque logra convertirse en objeto reconocible, es que puede ganar reconocimiento, aprobación, el sello último, es decir, la aprobación de la mirada del otro. ¡Qué mejor forma de volcar los universos sociales de producción cultural que convirtiendo al propio consumidor en productor, y nada menos que productor de sí mismo! ¡Qué mejor forma de instituir el orden social neoliberal haciendo cómplice y promotor práctico al mismo agente del que saca provecho, del que convierte en empresa voluntaria!

Pero veamos con más detenimiento la lógica del desconocimiento compartido y el interés o la fe en el juego dentro del campo, que dentro de la terminología de Bourdieu se llama *illusio*. Con el propósito de hacer visibles el sistema de disposiciones (las estructuras objetivas) constitutivas al campo.

2.3. *Illusio* y tomas de posición en la web 2.0

No se entra en el juego por un acto consciente, se nace en el juego, con el juego, y la relación de creencia, de *illusio*, de inversión es tanto más total, incondicional, cuanto se ignora como tal. (Bourdieu, 2013, pág. 108)

Nuestro propósito, como sociólogos, es dar a entender que “los agentes sociales no llevan a cabo actos gratuitos” (Bourdieu, 1997, pág. 140). Que incluso puede haber un interés en el desinterés. Que la potencia de los actos es el interés. El interés que empuja a los agentes depende de los diferentes juegos sociales y de su inmersión en el juego (del *conatus* del juego), “de creer que el juego merece la pena, que vale la pena jugar” (1997, pág. 142). Demostrar que el interés se debe a la *relación práctica* entre agente, *habitus* y el campo, no por un utilitarismo consciente (como si se plantearan, mediante el cálculo racional, los fines de la acción y buscaran la maximización de los beneficios a menor coste (Bourdieu, 1997)), sino por la adhesión inmediata al juego. “Precisamente porque los agentes no saben nunca completamente lo que hacen, lo que hacen tiene más sentido de lo que ellos saben” (Bourdieu, 2013, pág. 111).

Lo que nosotros proponemos explicar es que la web 2.0 tiene su propia *illusio*, que crea la ficción de un mundo deseable por el cual hay agentes que están dispuestos a defenderlo, realizarlo, y agruparse por hacerlo “real” (naturalizarlo). En la web 2.0 se construye un *habitus* del usuario (esta especie de agente neoliberal que estructura una *libido* en torno a la autopromoción –publicidad-propaganda de sí mismo– dentro de la web 2.0), es decir, unas estructuras mentales que se crean gracias a (y garantizan la conservación de) la incorporación de las estructuras objetivas de la web 2.0. Que dentro de la web 2.0 existe un juego en torno a una forma de reconocimiento social que lo proporciona la propia web 2.0. A este juego proponemos llamarlo: la competencia por la *autoridad snob*, la búsqueda del reconocimiento social a través del *esnobismo neoliberal*. La fuerza del juego que regula las prácticas es la *autoridad snob*, que no es más que una adecuación a las representaciones de los estilos de vida dominantes de la cultura neoliberal (cuya raíz es la universalización del *american way of life*). Estos estilos de vida dominantes *circulan* en la web 2.0 con la complicidad de los agentes que se encargan en *compartir* las representaciones del estilo de vida dominante.

En este juego, las inversiones, las formas de participación y las prácticas se organiza por “la copia”, la imitación, la emulación del estilo de vida dominante. Y se apuesta por el juego del reconocimiento social porque se *cree* que este mundo tiene una importancia social por la que se desea detentar. La

participación dentro de la web 2.0 se sustenta de la *illusio*, es decir, de la creencia en la importancia del juego.

Sobre la *illusio* Bourdieu dice lo siguiente:

Palabra latina que proviene de la raíz *ludus* (juego), [significa] estar en el juego, estar metido en el juego, cogido por el juego, de creer que el juego merece la pena, que vale la pena jugar. De hecho, la palabra interés, en un primer sentido, significaba precisamente lo que he englobado en esta noción de *illusio*, es decir el hecho de considerar que un juego social es importante, que lo que ocurre en él importa a quienes están dentro, a quienes participan. (...) Cuando leemos, en Saint-Simon, lo que se refiere a la polémica de los sombreros (¿quién tiene que saludar primero?), si no se ha nacido en una sociedad cortesana, si no se tiene un *habitus* de hombre cortesano, si no se tiene la cabeza las estructuras que también están presentes en el juego, esta polémica parece fútil, ridícula. Si por el contrario se tiene un espíritu estructurado conforme a las estructuras del mundo en el que se juega, todo parece evidente, y la cuestión misma de saber si el juego vale la pena ni se plantea. Dicho de otro modo, los juegos sociales son juegos que se hacen olvidar en tanto que juegos y la *illusio* es esa relación de fascinación con un juego que es fruto de una relación de complicidad ontológica entre las estructuras mentales y las estructuras objetivas del espacio social (1997, págs. 141, 142)

La *illusio* que se propaga en la web 2.0 es que, en un mundo donde la “libertad” es una alegoría (socialmente legítima) del consumidor ideal (la persecución de la libertad económica se impone sobre la actividad política), se cree que se puede llegar a ser “libre” si logra exhibir en su propia imagen (en su cuerpo) esa libertad añorada por los participantes del campo. En este campo, la exhibición de sí mismo es la conquista de la libertad. Los ídolos de esta libertad son los agentes que reclaman el poder de la *autoridad snob*. La fe en el campo, es la fe en el esnobismo como medio para alcanzar la libertad, que el esnobismo es sinónimo de libertad. Fascinación mundializada convertida en mito (idea que tiene fuerza social), que tragada por este mundo (utopía del neoliberalismo) arroja juicios universalistas (con toda la apariencia de verdades universales gracias a la complicidad de un sentido común tragado por la *illusio* neoliberal) como: “vivimos en una aldea global”, “hemos pasado del ciudadano al *netizen*”, “la web 2.0 es la comunidad de Davids”. Como si la libertad en la que se cree en la web 2.0 sea una verdadera conquista democrática. Sin advertir que el mismo campo web 2.0 es ya un espacio de distribución desigual de poderes, y que dentro del mismo campo se encargan de recrear estas desigualdades compitiendo por un capital creado dentro del mismo campo, y que los mismos agentes se encargan de imponerse entre ellos las diferencias resultantes de su posición social.

En otras palabras, no se advierte que la web 2.0 es principalmente un espacio de reforzamiento de las estructuras sociales preexistentes. Y no se advierte porque el agente cree en el juego de la web 2.0, su *libido* (interés socialmente construido) está construida por y para el campo.

Pero como podría haberse deducido, no existe una *illusio* homogénea. Las creencias, aunque comparten un espacio común de participación (las plataformas digitales y demás redes sociales), dependen fundamentalmente de la posición en el espacio social. Las posiciones crean sus propias prácticas, sus correspondientes disposiciones, de ahí que los diferentes puntos de vista sean homólogos a los diferentes puntos dentro del espacio social. La posición, que está estrechamente ligada a la condición material (en un sistema de distribución desigual de los poderes y de posesión de bienes), se refiere a la situación de dominación o dependencia en la que un agente se encuentra dentro del espacio social (Bourdieu, 2011). Por esta razón, las “tomas de posición”, que son básicamente estrategias de reproducción social (una lucha por la conservación o la mejora de la posición), dentro de la web 2.0, son las diferentes formas que adopta la lucha simbólica por la apropiación de la autoridad snob.

Digamos, la web 2.0 presenta sus propias formas ideales, sus ídolos culturales, sus estilos de vida deseables (y legítimos), pero sus receptores se encuentran en condiciones desiguales para alcanzar sus demandas. Así como la televisión fue en su momento un “colosal instrumento del orden simbólico” (Bourdieu, 2001, pág. 20), la web 2.0 cumple un papel reduplicado de construcción simbólica de una realidad, sin proporcionar los instrumentos para que todos alcancen esa realidad. Y son los mismos agentes los que se encargan en legitimar el sistema simbólico que genera su propia desigualdad.

Nosotros hemos esbozado cuatro prototipos de formas de posicionarse dentro del campo, derivadas de la *illusio* de la web 2.0, de sus presupuestos inmanentes del campo, es decir: derivados de la legitimación de los estilos de vida dominantes. Tres formas de creencia, de disposición hacia la lucha por el reconocimiento y de participación. A saber: el posicionamiento cínico-nihilista (suerte de cultura del *meme*, del sarcasmo y del *mucking around*); el posicionamiento emprendedor-comprometido (empresario de sí mismo, visionario, jovial capitalista aventurero); el posicionamiento “políticamente correcto” (moralismo cosmopolita); y el posicionamiento transhumanista (tecnófilo creyente, fe en un futuro gobernado por tecnologías digitales). Si bien hay otras formas de posicionamiento (que también son formas de expresión) (siempre dependiendo de la edad del usuario y su posición en el espacio social), como por ejemplo, el fanatismo religioso, etc., son muy diferenciados y no representan desplazamientos hacia arriba, es decir, que no logran ser una fuerza dominante (sobre todo porque estas otras formas de expresión, todas diferentes y semejantes al mismo

tiempo, no están en las posiciones dominantes, y sus ejecutores están en fracciones dominadas del espacio social).

Estas formas de posicionamiento legítimas, derivan de la fe en la web 2.0, es decir, derivan de la promesa de devenir sujeto y la conquista de la libertad. Sirven como estrategia *snob* para que se les reconozca. Ninguna se contradice con la otra y pueden combinarse entre sí (incluso un “cínico políticamente correcto”, que en el disfraz de la burla a lo “políticamente correcto” puede llegar a creer más en una moral cosmopolita porque la pone a su disposición: el cínico cree más que el que cree). Si el principio es el esnobismo y el espectáculo comercial, basta con saber combinar estas creencias para ganar reconocimiento.

Ahora bien, las tomas de posición dentro de este campo, ya lo dijimos, no son uniformes, se adecúan (forzosamente o no) a las disposiciones de los agentes que participan. Mejor dicho, deben configurar un sistema de disposiciones muy particulares y correspondientes al volumen de capital que poseen para la competencia por el capital *snob*. Por esta razón, y debido a que la cantidad de participantes es enorme (y son muy reducidos el número de agentes que poseen los poder efectivos para el dominio de este capital –y que efectivamente pueden parecerse a los estilos de vida dominante–), la participación es imposible si no es a costa de un formidable (pero atemperado) proceso de *allogoxia*. Este enormísimo y silenciado proyecto de *allogoxia* es la conquista cultural del neoliberalismo dentro del cuerpo y la mente.

2.3.1. *Allodoxia* y *hélix* corporal en la web 2.0 (aleccionamiento práctico y estrategias de reproducción dentro del campo)

El cuerpo cree en aquello a lo que juega: llora si imita la tristeza. No representa aquello a lo que juega, no memoriza el pasado, actúa el pasado, anulado así en cuanto tal, lo revive.

(Bourdieu, El sentido práctico, 2013)

Poderosísimo mecanismo de aleccionamiento del cuerpo, la *allogoxia* (o *misrecognition*) conquista con eufemismos las estructuras mentales haciendo que el propio agente se reconozca con el estilo de vida dominante (con las clases dominantes). La *allogoxia*, “tomar una cosa por otra, de creer que una cosa es lo que no es” (Bourdieu, 2017, pág. 40), es la “falsa identificación” o “identificación errada” de una posición dominada con (o aparentando ser) una posición dominante, y hace que los agentes

“no acepten verazmente la verdad objetiva de su posición” (Bourdieu, 2011, pág. 169). La *allodoxia* es, en palabras de Bourdieu, “reconocerse equivocadamente en una forma particular de representación y explicitación pública de la *doxa*” (Bourdieu, 1999, pág. 243). Pero la falsa identificación no sólo contribuye a redoblar la condición de dominado, además significa que siempre se llega tarde a las lógicas de reconocimiento. La *allodoxia* es un *sentido de colocación* tardío, atado siempre al reconocimiento de los estilos de vida dominantes, que como no posee los poderes de la clase dirigente, no puede sino alentar la dependencia (alienta que los que detentan las posiciones dominantes sigan reinventado sus lógicas de dominación, permite que “los que dominan deben cambiar para que nada cambie” (Bourdieu, 2011, pág. 41)).

Y sin embargo, la *allodoxia* no deja de ser un sistema de disposiciones (unas estructuras subjetivas, es decir un *habitus*: esquemas de percepción, esquemas de apreciación y esquemas de acción). Es decir, es a la vez un “soporte material de la memoria colectiva” (Bourdieu, 2011, pág. 115) y un sistema de defensa, una serie de estrategias para defenderse (a pesar de que se refugia dentro) de la misma violencia del orden social, buscando la conservación o el ascenso del agente.

Estas formas de estrategias sociales (*allodóxicas*) en la web 2.0 se afianzan en la seguridad ontológica de la rutina diaria. El usuario no siente la violencia simbólica que se impone sobre él (abalanzándole unas esperanzas desproporcionadas a su realidad objetiva, comprometiéndole a un mundo que además de ser una ficción –la felicidad que supuestamente proporciona el comprometerse con el libre mercado, es una hipocresía ante la crudeza del darwinismo social de pura competencia encarnizada en búsqueda de beneficios económicos–, es totalmente desterritorializado) porque cuenta con la complicidad de la propia estructura del campo, que hace que los agentes estén en permanente protensión (anticipación práctica, o pre-ocupación) del juego por el *poder snob* (están “demasiado” pre-ocupados mostrándose, pre-ocupados por su autopromoción, por la correcta espectacularización de sí mismo). La rutina diaria y la *allodoxia* cotidiana en la web 2.0 se incorporan dentro del cuerpo de los usuarios y se hace evidente dentro de las *héxis corporales* que muestran en sus fotografías de perfil de las distintas plataformas digitales.

Los perfiles de los usuarios, la representación digital de sus “deber ser” (de sus *alter ego*), son la expresión de esa forma de dominación. En ellas se insertan los estilos de vida dominantes y los estereotipos de los cuerpos legítimos, ambas expresiones del “sujeto” ideal del neoliberalismo: joven, blanco, empresario, “aventurero”, emprendedor y con poder económico. Y no es necesario ampliar mucho la mirada para hacer visible cuál es el arquetipo de belleza que goza de reconocimiento social, y que garantiza el orden social en el que se apoyan los esquemas de percepción. Como espejo del paradigma del cual es parte, la web 2.0, cuya razón de ser nació del potencial comercial de Internet

(un gigantesco receptáculo para la publicidad), legitima los parámetros de belleza angloamericana. En otras palabras, el reconocimiento hecho *hexis* (cuerpos dispuestos a hacer efectivo el reconocimiento a través de la imitación) e *illusio* (que es, al mismo tiempo, creencia e interés) del cuerpo legítimo en la web 2.0 (medio de difusión masiva de un esquema de apreciación universalista) asegura y justifica –en palabras de Bourdieu– “la conservación del orden social establecido, el reparto vigente de los poderes y los privilegios –es decir, la dominación del hombre, heterosexual, euroamericano (blanco), burgués–” (1999, págs. 96-97).

En cuanto *hexis* corporal significa disposición permanente en el cuerpo de los esquemas de pensamiento dominantes, la web 2.0 puede ser también interpretada como un transportador de esquemas de pensamiento que se inscribe en el cuerpo de sus usuarios. Tal como muestra el estudio de Britton & Bains (2016) en torno a *YouTube* como espacio de adquisición de identidades sociales. Según los autores, el consumo de videos musicales en *YouTube* funcionan como un vehículo de aceptación del orden normal de las cosas, haciendo que los jóvenes se identifiquen (y se justifiquen) con sus condiciones sociales. Este es el caso de los jóvenes afro-descendientes en condiciones de marginalidad y el consumo de música rap. Para “mitigar” el peso de su condición marginal, la música, los ídolos que aparecen en los videos (con su indumentaria y sus inclinaciones corporales), los ornamentos y el paisaje que aparecen en los videos de música rap, se convierten en referentes sociales (modelos ideales) que ayudan a justificar su posición en el mundo. *YouTube*, para estos usuarios, es un espacio donde se refuerzan las estructuras sociales, y se afianzan en las esperanzas de unos estilos de vida deseables para introducir la cultura neoliberal del exceso y consumo desenfrenado.

En la web 2.0 la *hexis* corporal se construye mediante una “producción masiva de imágenes” (Han, 2014) con ayuda de los medios digitales que sirven de censuradores de la “imperfección” (o tecnologías que sugieren el perfeccionamiento y la corrección del cuerpo). “Estamos en una época en la que verse bien y, sobre todo, enseñarlo en las redes sociales se ha vuelto casi imprescindible”, profesaba Alfonso Trenado reportero y presentador del programa “hecho en Alemania” del canal de televisión *Deutsche Welle*.

Ya saben que ahora mismo mejorar la apariencia puede ser tan fácil como entrar en una aplicación: una piel más joven, quizás con un poquito menos de imperfecciones, los ojos más grandes y, ¿por qué no?, probar adelgazar un poco el rostro, y si alguno de los cambios no nos ha gustado, lo corregimos. (...) ¡Bah! No me lo creo, las apariencias engañan, y sobre todo en Internet. Somos diariamente bombardeados con imágenes de gente guapa que vive vidas aparentemente maravillosas. *Instagram* tiene ya mil millones de usuarios. Nos exponemos, exponemos nuestra imagen, al escrutinio de otros

y con tantas personas juzgando nuestra apariencia, no es raro que el retoque fotográfico se extienda. A veces nuestro yo real no puede mantener el nivel diario de nuestra imagen en nuestras redes sociales (2018).

¿No significa entonces que, gracias a la difusión de tecnologías digitales y la participación activa dentro de la web 2.0, existe algo así como un *sentido común universal* sobre los parámetros de belleza? ¿No es esto un reconocimiento de que en la participación en las “redes sociales” existe una obligación social (una suerte de exigencia ubicua) hacia el cuerpo? En efecto, la universalización de las técnicas de embellecimiento para la autopromoción de la imagen de sí mismo (herramientas de edición de imágenes, “filtros”, “fondos”, “correctores”, etc.), expone a los usuarios a un colosal proceso de *blanqueamiento social* a través de la *mimesis* de los esquemas de belleza (incorporar gestos, ademanes, rasgos faciales, posturas corporales, un aprendizaje “blanqueado” de uso de tecnologías, en suma, una serie de *disposiciones corporales*). A manera de *esquemas clasificadores a través de los cuales se aprehende y aprecia el cuerpo* (Bourdieu, 2013, pág. 116), la web 2.0 promueve (difunde o hace “viral”) un verdadero sistema clasificatorio que haga posible el sobreentendimiento del *cuerpo legítimo*.

Esto es particularmente visible en *Tinder* (una de las red sociales exclusivamente para flirteo). Según el estudio de Stefanie Duguay (2016) el factor que causa confianza de que el usuario con el que se flirtea es “real” no sólo es que la plataforma digital proporciona los instrumentos de verificación necesarios (su conexión con una cuenta de *Facebook* es un acceso a la información básica y a la “biografía” del usuario), sino que se puede “ver” (reconocer o leer) en las imágenes que lo representan una “demostración de las apariencias normativas” (*displaying normative appearances*). El proceso de construcción de la identidad personal (la imagen de perfil) funciona como un proyecto reflexivo del yo (de sí mismo), el cual consiste en la nutrición coherente, constantemente revisada, de las formas narrativas autobiográficas, y toma lugar en el contexto de múltiples opciones de sistemas abstractos (lo que nosotros llamamos estructuras mentales y estructuras sociales) que se imponen como estilos de vida. Los agentes comparten dentro de *Tinder* unas categorías de apreciación y percepción comunes (sistema de creencias en torno a lo que se considera bello), y reconocen a cualquier usuario como “auténtico” si se ajusta dentro de esas categorías. En otras palabras, la autenticidad es la encarnación de un estilo de vida (discursos dominantes, socialmente aceptados: género, sexualidad, raza, status). Y ese proceso de reconocimiento se hace efectivo en la práctica del *swiping*³⁵ (acto de

³⁵ El “*swiping*” es también una forma de construcción del pensamiento y una forma de disposición del cuerpo. Reduciendo al pensamiento a decisiones veloces ocurre el verdadero proceso de reconocimiento práctico del orden social neoliberal, que no necesita de reflexiones, sino de acelerados actos de selección, como la selección de mercancías en un perchero. Como Han explica: “el botón de me gusta es la cédula de elección digital. Internet

selección de “sí o no” inmediata deslizando el dedo sobre la imagen de los potenciales pretendientes), que no necesita pensar o reflexionar, sino reconocer, identificar, de manera práctica (es decir inmediata) que es lo deseable y auténtico.

El cuerpo, la *héxis*, que se legitima en la web 2.0 es algo así como un símbolo que habla por sí mismo de un orden trascendente. La tecnología del embellecimiento que se generalizó en la mayoría de *socialmedia*, es un factor para su éxito. Es como si ahora el agente tenga una inclinación inmanente hacia exhibición ¡así le sea imposible reflejar lo que desea! ¡así sea desproporcional la esperanza con la *lusion*! Las tecnologías del embellecimiento digital son el vehículo de una doble conquista: la instauración de una lógica práctica de *self-marketing*, y una colonización masiva de la *libido* (colonización de un cuerpo socializado y dispuesto a la venta de sí mismo) que es realmente una colonización de los espacios de reconocimiento (que otorgan sentido a la vida humana).

El agente no puede anticipar los esquemas mentales que pone en funcionamiento para presentarse a la mirada de otros usuarios, porque está permeado por el interés. Puesto que en sus acciones está depositada una *necesidad*, enteramente social, de *legitimidad de su existencia*. Una necesidad de “sentido” “en el doble sentido de expresar la significación y dirección de su existencia, está condenado a vivir en un tiempo orientado por los demás” (Bourdieu, 1999, pág. 313).

El campo encarna sus luchas dentro de sus ídolos. El cenit material, el espíritu del campo hecho cuerpo, el poseedor de la *autoridad snob*, es el *influencer*.

2.3.2. El *influencer* como cenit de la autoridad snob

El “*prosumer*” (a la vez productor y a la vez consumidor) es un neologismo que designa al usuario ideal de la web 2.0. Bajo la apariencia de un término técnico, el *prosumer* sugiere la misión al usuario de “convertirse en empresarios de sí mismo”. En el modelo arquetípico del funcionamiento de la web 2.0, los usuarios se encargan de crear contenido sin la imposición de estructuras jerárquicas de clasificación de la información (a esto se lo denomina “taxonomía” de Internet, y es característico de la web 1.0, porque depende un administrador de una plataforma digital que organice la información dependiendo su jerarquía, no permite la interpenetrabilidad entre plataformas digitales y tampoco la

o el *smartphone* son el nuevo local electoral. Y el clic del ratón o una breve pulsación sustituyen el “discurso”. (...) Aquellas “decisiones puntuales, atómicas”, que “actúan en el instante”, se hunden en el nivel de una decisión de compra, no vinculante, sin consecuencias. (...) En el ágora digital, donde coinciden el local electoral y el mercado, la polis y la economía, los electores se comportan como consumidores” (2014, págs. 97-98).

colaboración descentralizada de usuarios). Es decir, pueden compartir información de manera descentralizada a través de un proceso de “folcsonomización”:

Una folcsonomía o folksonomía es una forma de catalogar o clasificar las cosas de manera colaborativa, es decir, es una forma de clasificación masiva en la cual las cosas son clasificadas por un conjunto de personas a la vez. Se forma a partir de las palabras “folc”, “taxo” y “nomía”, que significa pueblo, taxonomía y ordenar, respectivamente. La manera actual y más popular de realizar las folcsonomías es por medio de los tags (o etiquetas) (...). Las etiquetas se utilizan para que los usuarios de las aplicaciones 2.0 añadan información sobre el recurso que comparten. (tecemergentes2015, 2015)

La folcsonomía de la web 2.0 supone una participación activa por una labor de crear conocimiento de manera colectiva y descentralizada. Los usuarios son a la vez consumidores de información y productores de información. Pero como hemos dicho durante todo el presente trabajo, la web 2.0 está estructurada por poderes específicos. Sus usuarios no participan ni de manera neutral, ni ingenua, ni en pos de un acto de conocimiento compartido. Al contrario, aprenden unas disposiciones al incorporarse dentro de la web 2.0, que corresponden a dichas estructuras que gobiernan este espacio social. Los usuarios participan más por las recompensas simbólicas que proporciona el campo que por una labor democrática de conocimiento universal. Los usuarios que participan dentro de la web 2.0 encuentran importante su participación dentro del campo porque les permite mostrarse y ser vistos. Y aquellos que logran el reconocimiento social son aquellos que demuestran en su propio “ser” la afinación con las estructuras del poder. Estos agentes son los que tienen a su disposición la autoridad *snob*, y tienen el poder de influir en el juicio de todos los participantes. Puede, si lo desea, imponer nuevas prácticas, nuevas modas o, como ahora llamamos, nuevas “tendencias”. El propio campo ha sabido llamarlo *influencer*.

El *influencer* tiene, sobretodo, un valor e importancia comercial. Por ser cenit del reconocimiento social, es decir, que tiene la aprobación masiva de millones de seguidores, puede convertirse en una pieza importante para estrategias comerciales de marketing. Las distintas empresas ya encuentran un mercado construido en Internet, ya sea para publicar su publicidad o para conocer a sus consumidores. Los *influencers* son el puente de unión entre la marca y el reconocimiento social. Casi como comprar credibilidad, aunque todos los participantes ya son creyentes prácticos de los estilos de vida que encarna el *influencer*.

El *influencer* es el referente del campo. Está en un punto del espacio social que le hace capaz de conocer los cambios del mercado de bienes simbólicos (de formas de reconocimiento social). Estar

en el cenit significa poseer una mirada amplia y poseer la información necesaria para *adelantarse* a los cambios. Pero el verdadero poder del *influencer* (tener el poder sobre el juicio de otros) es sólo una ficción que quieren alcanzar todos los competidores. El verdadero *influencer* no sólo aparenta ser una marca comercial (o es una marca comercial) sino que tiene un poder material concreto sobre el campo de producción económica: son los dueños de las plataformas y tecnologías digitales. Por eso queremos resaltar el peso de la *allogoxia* dentro de la web 2.0. Porque por más celebridad de Internet que se sea, si no se tiene un volumen de capital correspondiente a la clase dirigente, está condenado a la pura caducidad y al olvido que le caracteriza a este espacio de divulgación. Si fuese de otro modo, si es que la dominación dependiera de las infinitas “estrategias indefinidamente renovadas” (Bourdieu, 2011, pág. 51), de una manera directa y personal de ejercer su poder (de buscar el reconocimiento), si dependiera de la pura fe de los espectadores, no podría ni constituirse como un campo. Si la web 2.0 sólo dependería de la fe jamás hubiera sido un poder dentro del campo del poder.

El *influencer* sólo es la lógica encarnada de una nueva estrategia del campo de producción económica. El culto y la idolatría al neoliberalismo como si se tratasen de un sueño universal, necesariamente tienen que encarnarse en personas que hablen desde ese sueño. En efecto, esta nueva forma de poder económico es una forma de *personalizar* la dominación, sin dejar de lado el poder estructural de imponer su lógica neoliberal (¡véndanse todos dentro del libre mercado!). *Personalizar* las formas de consumo, poder sobre los pensamientos que inconscientemente incorpora la propia lógica de promoción de mercancías como sentido práctico.

Si la web 2.0 es un campo, lo es en la medida en que todos los competidores están destinados a perder si no poseen los poderes “reales” (principalmente poder económico) que les permitan ejercer la dominación. Un pseudo-campo cuyos usuarios se comprometen porque se contentan con la ficción disponer poder, con la mera aprobación de una mirada complaciente y muerta (porque la mirada de aprobación que recibe es la mirada de fotografías estáticas). La labor del *influencer* es hacer que todo permanezca estático, que el orden normal de las cosas se conserve. El *poder snob* es el poder de conservar el *status quo*, es un puro poder conservador.

Conclusiones

Querer hacer la revolución en un campo significa admitir lo esencial de lo que está tácitamente exigido por este campo, concretamente que es importante, que lo que en él se juega es suficientemente importante como para que se tengan ganas de hacer la revolución en él.

(Bourdieu, Razones prácticas, sobre la teoría de la acción, 1997)

¿Qué posibilidades hay de que el agente pueda mirar con detenimiento este mundo donde la *praxis* propia del campo es la auto-observación permanentemente? ¿Qué margen de libertad podría tener un agente cuando ha sido reducido a cliente (disfrazado bajo el nombre de “usuario” para simular neutralidad), si la misma promesa de este mundo es la libertad? ¿No es la intención de cambiar el principio de dominación dominante un reconocimiento de que lo que está en juego tiene una importancia radical, es decir, caer en su propio juego? ¿Es posible algún cambio?

Nuestra respuesta es negativa en primera instancia. En los espacios sociales, las luchas históricas por la imposición del “principio de dominación dominante” han enfrentado siempre al poder económico y al poder cultural, (o, mejor dicho, a los intelectuales y a los “burgueses”) puesto que en ambos poderes está objetivado el orden social (en forma de, por ejemplo, sistema educativo, sistema financiero, etc.). Si en este campo el poder cultural está ausente, o mejor dicho, está castrado, la balanza está totalmente a favor del poder económico. Sobre todo si sus participantes han construido un capital específico (el *poder snob*) cuya principal virtud es la autopromoción (es decir, generar un *habitus* de *self branding*, de sentido práctico abocado a saber venderse y convertirse en un buen empresario de su propia vida) y el espectáculo.

Si alguna vez la web 2.0 pudo haberse constituido como una tremenda herramienta democrática, esta herramienta cayó en el periodo histórico incorrecto. Y como los procesos históricos responden a los intereses de agentes específicos, no es ninguna coincidencia que el principal fin con el que ahora se usa la web 2.0 (fines comerciales), haya sido su verdadera potencia. ¿Para qué habría de necesitar la humanidad de un mega-sistema de comunicación descentralizado y repartido en todas partes del mundo si no existiría un sistema económico internacional? Si la tecnología es un factor de desarrollo habría que cuestionar primero que tipo de desarrollo se desea para producir la tecnología. Por eso, sin

caer en ese recalcitrante encanto transhumanista, no hay que darle mil vueltas al asunto: los que diseñaron Internet (los que potenciaron el informacionalismo) eran todos partícipes de un paradigma común, todos *vivían* casi una misma axiomática, sumisión *dóxica* a una sociedad cuya historia misma es potenciar las actividades comerciales. ¡De ahí que los principales defensores de Internet y los más fieles creyentes de la libertad y privacidad digital sean los autollamados anarco-capitalistas! (El movimiento “cryptopunk” no es sino la expresión ideológica de una lucha por la radicalización del capitalismo digital; así también, como expresión de ese supuesto orden libre y sin fronteras, la *deepweb* y *bit coin* son el sueño vivo del capitalismo neoliberal).

La triste realidad, desde nuestro punto de vista, es que nuestra vida ya está tragada por la utilización de medios digitales. Incluso desde posiciones subversivas, hay usuarios encargados de difundir información bastante valiosa, cuyos fines es la divulgación de su posicionamiento político, en pocas palabras, buscan (casi como una militancia informática) el interés de los usuarios para transformar las inequidades e injusticias del mundo. Pero sin olvidar las amargas lecciones del estudio de Marshall Van Alstyne y Erik Brynjolfsson (1997), la difusión de Internet siempre corrió el riesgo de convertir la añorada “aldea global” en una triste “balcanización cibernética”. Es decir, que los usuarios de Internet podían caer en “realidades aisladas” y “clicas virtuales” (*insular realities* o *virtual cliques*), aislados, por cuenta propia, de diferentes puntos de vista y reincidiendo en sus “bases” inamovibles. Y esto es precisamente lo que ocurre, los usuarios no es que se comprometen con la libertad, se comprometen con disfrutar, o, por lo menor, de aparentar disfrutar un estilo de vida. Los usuarios se comprometen con el *status quo* porque, según proponemos, ofrece mejores recompensas simbólicas, así sean recompensas sin poder real.

Una de las contribuciones sociológicas que este trabajo proporciona a la teoría de la práctica, es dar cuenta que la web 2.0 también ayuda a configurar el espacio social. Que la web 2.0 crea a sus propios agentes comprometidos con el juego, y que, a medida que va colonizando espacios, se puede objetivar a los agentes de la web 2.0 como una *clase teórica*. En otras palabras, que la web 2.0 permite el acercamiento provisional de agentes (cuyo nombre técnico dentro del campo se los podría llamar usuarios) que se pueden agrupar por sus gustos y objetivos comunes, que les proporciona la propia web 2.0. Aunque este acercamiento provisional en la web 2.0 no significa que se derrumben las distancias entre agentes de diferentes posiciones en el espacio social (medido por el volumen de capital que poseen). Al contrario, a pesar de que los usuarios se disputan unos objetivos comunes en la web 2.0, y sobreentiendan la *illusio* que los empuja a participar, es precisamente el conocimiento del lugar que ocupa en el juego lo que “ayuda a multiplicar las distancias espaciales”. (No es lo mismo un usuario –de clase media– seguidor de @danbilzerian en Ecuador que un usuario –igual de clase

media– seguidor del mismo *influencer* en Estados Unidos, su distancia no sólo es geográfica, es que la misma “clase media” en cada país es diferente, ya sea por su contexto socio-cultural, como por los bienes y las prácticas que usualmente poseen ambos agentes; además, dentro del mismo campo las representaciones sociales que *transfiere @danbilzerian* impactarán más sobre el usuario de Ecuador precisamente porque la realidad social, el exterior en el que vive, es totalmente diferente al ideal imaginado. Aun así, ambos usuarios pueden sentirse inclinados a copiar (*allodoxia*) el estilo de vida del *influencer* al que siguen). En resumen, las “diferencias sociales preexistentes” se vuelven mucho más visibles dentro de la web 2.0, lo que hace este último es prestarse como escenario, como tarima, donde se hace posible la objetivación, la eficiencia de la imposición del orden neoliberal.

Por otro lado, una de las grandes limitantes de nuestra investigación es, evidentemente, que en lugar de ser un análisis completo sólo lo es en parte. Por supuesto, nuestros esfuerzos radicaron en proporcionar una visión histórica y una contextualización de nuestro objeto de investigación. Por ende, la contribución de esta investigación, particularmente para nuestra escuela de sociología, es presentar una literatura histórica sobre los fenómenos del mundo digital que todavía no abarcamos con detenimiento. Nuestro trabajo buscó situar bien el tiempo en el que emerge la web 2.0, con la intención de visibilizar el lenguaje ya permeado por el mundo digital y que nos sirve de estructura donde se apoyan nuestros juicios sobre el mundo (y sus diferentes momentos históricos). Esto se evidencia sobre todo en la homologación de términos populares como “digital”, “virtual”, “cibernético”, el propio número “2.0” que se utilizan con el sentido que le otorga la práctica, o, mejor dicho, la condición de estar inmersos en el sentido que le otorga el sentido común y el lenguaje corriente. Todas estas palabras, al menos para los análisis y juicios sociológicos, necesitan de una contextualización, que precisen los cambios que sufrieron estas palabras con la ola penetrante del paradigma informacional.

El presente trabajo puede proporcionar al lector un lenguaje que le ayude interpretar su propia participación en el campo de la web 2.0. Para utilizar un retruécano bourdieuano: “acceder a la libertad que el conocimiento de los determinismos sociales permite conquistar contra los determinismos” (Bourdieu, 1997, pág. 10). Sin embargo, no es una investigación empírica. Adolece de una comprobación fáctica y de situar el objeto en un espacio definido. Esto no quiere decir que se dé por inválido la utilización de la teoría de la práctica. Estas reflexiones que hemos proporcionado son una primera parte para una complementación empírica. Tampoco significa que avale la separación entre teoría y aplicación empírica. Lo que queríamos era, sobre todo, ver los alcances de la teoría de la práctica hacia un objeto de investigación “diferente” a los objetos habituales que se le aplica esta teoría.

Si podría revelar la serie de intereses íntimos de todas estas palabras, (al menos vale mencionarlo al final del trabajo para no interrumpir la lectura), fueron: crear una visión política del uso cotidiano de tecnologías digitales. Es decir, tenía la ambición de generar *rabia*³⁶(o por lo menos hacer visible un malestar social) con las prácticas dentro de la web 2.0. Así como incitar a imponerse sobre la avalancha del embelesamiento del neoliberalismo estetizado y hecho *doxa*. Rechazar el reaccionismo disfrazado de crítica con el que se suele hablar, especialmente desde esos puntos de vista transhumanistas.

Por último, si el lector se sigue preguntando si es o no un campo la web 2.0, espero que lo haya podido deducir entre líneas, porque la intención nuestra no era hacer un pequeño párrafo de resúmenes, sino una larga indagación teórica.

Tan sólo nos interesa demostrar que el estudio de la web 2.0 puede llegar a ser un estudio del orden social actual. El presente trabajo es una contribución a un profundo sentimiento de incomodidad con el orden normal de las cosas. Con ánimo de que el ser humano no caiga en los mismos ciclos reciclados de su propia miseria. Es tan sólo un primer paso para imaginar mundos diferentes, quizás un mundo donde la mirada del otro no sea un frío guiño de neón.

³⁶ En palabras de Byung-Chul Han “La rabia es una facultad capaz de interrumpir un estado y *posibilitar que comience uno nuevo*. (...) Niega el todo en su conjunto. En ello consiste su energía de negatividad” (2018, pág. 52).

Bibliografía

- Amoore, L., & Piotukh, V. (2016). *Algorithmic Life*. New York: Routledge. Obtenido de <http://index-of.co.uk/Big-Data-Technologies/Algorithmic%20Life%20-%20Louise%20Amoore.pdf>
- Bauman, Z. (2012). *Vida de consumo*. México D.F., México: Fondo de cultura económica.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Vigilancia líquida*. Barcelona, España: Paidós.
- Borges, J. L. (2012). *El Aleph*. México D.F., México : Debolsillo.
- Bourdieu , P., & Wacquant, L. (2012). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires; Argentina: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas, sobre la teoría de la acción*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1999). *Meditaciones Pascalianas* . Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2000). *Contrafuegos, reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001). *Sobre la televisión*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2002). *Las estructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantial.
- Bourdieu, P. (2002). *Lección sobre la lección*. Barcelona : Anagrama.
- Bourdieu, P. (2003). *La distinción, criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2013). *El sentido práctico*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2017). *Cuestiones de sociología*. Madrid: Akal.
- Braudel, F. (2002). *La dinámica del capitalismo* . México D.F.: Fondo de cultura económica.
- Brynjolfsson, E., & Alstytne, M. V. (1997). *Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans?* MIT Sloan School. Obtenido de <http://web.mit.edu/marshall/www/papers/CyberBalkans.pdf>
- Cassirer, E. (2016). *Antropología filosófica, introducción a una filosofía de la cultura*. Ciudad de México, México: Fondo de cultura económica.
- Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Fin del milenio* (Vol. III). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Castells, M. (2011). *La era de la información: la sociedad red* (Vol. I). Madrid: Alianza.
- Chevallier, S., & Chauviré, C. (2011). *Diccionario Bourdieu*. Buenos Aires: Nueva Visión .

- Cranwell, J., Britton, J., & Baid, M. (2016). "F*ckIt!Let'sGettoDrinking—PoisonourLivers!":aThematic Analysis of Alcohol Content in Contemporary YouTube Music Videos. *International Journal of Behavioral Medicine*, 24, 66-76.
- Del Casino Jr, V. J., & Brooks, C. F. (2014). Talking about bodies online: Viagra, YouTube, and the politics of public(ized) sexualities. *Gender, Place & Culture*, 22, 474-493.
- Duguay, S. (marzo de 2016). Dressing up Tinderella: interrogating authenticity claims on the mobile dating app Tinder. *Information, Communication & Society*, 351-367.
- Dumont, L. (1999). *Homo aequalis. Génesis y apogeo de la ideología económica*. Madrid, España: Taurus.
- Echeverría, B. (2008). *La americanización de la modernidad*. México D.F.: Era. Obtenido de <http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/La%20modernidad%20americana.pdf>
- Echeverría, B. (2011). *La modernidad de lo barroco*. Mexico D.F: ERA.
- Echeverría, B. (02 de julio de 2016). *Imágenes de la "blanquitud"*. Obtenido de [bolivare.unam.mx: http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/Imagenes%20de%20la%20blanquitud.pdf](http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/Imagenes%20de%20la%20blanquitud.pdf)
- Ferguson, C. (Dirección). (2010). *Inside Job* [Película].
- Friedman, M. (2012). *Capitalismo y libertad*. Madrid: Síntesis.
- Gubern, R. (2007). *El eros electrónico*. México D.F.: Taurus.
- Gutiérrez, A. B. (2016). El sociólogo y el historiador: el rol del intelectual en la propuesta bourdieusiana. *Estudios Sociológicos*, 34(102), 477-502.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona, España: Herder.
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona, España: Herder.
- Han, B.-C. (2018). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, España: Herder.
- Hardt, M., & Negri, A. (2002). *Imperio*. Buenos Aires: Paidós.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Akal.
- Kitchin, R. (2014). *The data revolution, Big data, open data, data infrastructures & their consequences*. London: SAGE.
- Kitchin, R. (2014). The real-time city? Big data and smart urbanism. *GeoJournal*, 79(1), 1-14. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/24432611>
- Kuhn, T. S. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura económica.
- Lazzarato, M. (2015). *Gobernar a través de la deuda*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Marx, K. (2015). *El capital. Crítica de la economía política* (Vol. I). México, D.F, México: Fondo de Cultura Económica.

- O'Reilly, T. (30 de 09 de 2005). *O'Reilly*. Obtenido de What Is Web 2.0, Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software:
<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
- Schumpeter, J. A. (1996). *Capitalismo, socialismo y democracia* (Vol. I). Barcenola, España: Folio.
- Schütz , A. (1976). *Fenomenología del mundo social*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Song, F. W. (2010). Theorizing web 2.0. *Information, communication and society*, 249-275.
 doi:10.1080/13691180902914610
- Tascón, M., & Arantza Coullaut. (2016). *Big Data y el internet de las cosas*. Madrid, España: Catarata.
- tecemergentes2015. (5 de 10 de 2015). *Aprendiendo a caminar por la web*. Obtenido de Taxonomía y Folcsonomía:
<https://aprendiendoacaminarporlaweb.wordpress.com/2015/10/05/taxonomia-y-folcsonomia/>
- Wacquant , L. (2005). *El misterio del ministerio: Pierre Bourdieu y la política democrática*. Madrid, España: Gedisa.
- Wikipedia. (11 de oct de 2017). *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Obtenido de Folcsonomía:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Folcsonom%C3%ADa>
- Wikipedia. (20 de marzo de 2018). *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Obtenido de wiki:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Žižek, S. (2011). *Primero como traedia, después como farsa*. Madrid: Akal.
- Zuazo, N. (2015). *Guerras de internet, un viaje al centro de la red para entender cómo afecta tu vida*. Buenos Aires, Argentina: Debate.

Películas

- Abbott, J., Achbar, M., & Bakan, J. (Dirección). (2005). *The Corporation* [Película]. Obtenido de
<https://www.youtube.com/watch?v=Bkr-paaAYJ8>
- DeutscheWelle (Productor), Hofmann, G., Miralles, L. (Escritores), & Mayer, M. (Dirección). (2018). *Hecho en alemania, el negocio de la belleza* [Película]. Obtenido de
<https://www.dw.com/es/hecho-en-alemania-el-negocio-de-la-belleza/av-44986865>