

Nuevas formas de capitalismo en la era digital

Juan Ignacio Azpitarte

Introducción

Durante las últimas décadas, el entorno digital se convirtió en un aspecto fundamental de la vida cotidiana, por ser un medio en el cual las personas pueden comunicarse, trabajar, estudiar, comerciar y recrearse. La velocidad en la que se desarrolló este nuevo entorno, sumado a la novedad y la difusión del acceso a Internet; provocaron su adopción de manera masiva. Al respecto, Zuboff (2020: 16) alerta que “hacemos pública exaltación del mundo conectado en red por las múltiples formas en las que enriquece nuestras capacidades y posibilidades, pero ese mundo también ha engendrado territorios completamente nuevos de preocupación, peligro y violencia”. En este sentido, las plataformas digitales aparecen como un nuevo modelo de negocio alternativo al de la manufactura, que emerge cuando la rentabilidad de ésta se encuentra en un prolongado declive (Srnicek, 2018). Las nuevas empresas digitales se caracterizan por aportar la infraestructura para la interacción entre usuarios, brindándoles servicios y extrayendo de ellos una nueva materia prima: los datos.

El objetivo del ensayo es ahondar en la forma en que el nuevo entorno digital se articula con el proceso de acumulación capitalista, identificar la aparición de nuevos actores y vislumbrar nuevas formas de agregado de valor.

El auge digital

Todo comienza con la revolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a inicios de 1990, donde la aparición de Internet logró maximizar el flujo de información. Las nuevas tecnologías se adoptaron masivamente por parte de usuarios. Tal como sostienen Evans y Schmalensee (2016), nuevos desarrollos innovadores por parte de empresas como Google y Apple - sumado a programas y aplicaciones de uso libre- propiciaron la extensa adopción de smartphones y computadoras por parte de la sociedad. Castells (2010) infiere que la incorporación del uso de Internet y de dispositivos electrónicos, por parte de empresas y particulares, permitió iniciar las transacciones económicas digitales que basan en la economía digital.

Sin embargo, el desarrollo e incorporación de las TIC no ha sido igual medida en distintas partes del mundo, dando origen a situaciones de desigualdad en el acceso a estas tecnologías. Tal como señala la Organización Internacional del Trabajo (OIT 2021: 37), “la infraestructura digital de los países en desarrollo sigue estando por detrás de la de los países desarrollados”. Ejemplo de esto se observa al contrastar que el 93,4% de la población de América del Norte cuenta con acceso a Internet, mientras que en África sólo el 46,8% (IWS, 2022).

Las plataformas como modelo de negocio

La creciente dependencia de las TIC ha creado múltiples oportunidades para que muchas empresas se constituyan como plataformas y prosperen (OIT, 2021). Esta tipología de empresa alude a un modelo de negocio en el cual se provee la infraestructura digital necesaria para proporcionar el medio por el cual interaccionan usuarios. Srnicek (2020) identifica que las plataformas tienen 3 características en común. En primer lugar, en vez de tener que construir o incorporarse a un mercado por medio de ofrecer un bien o servicio, una plataforma proporciona infraestructura por la cual interactúan los oferentes y demandantes de un mercado. Por ejemplo, la plataforma Uber no ofrece un servicio de traslado de pasajeros, sino que genera un espacio digital por el cual un usuario pasajero se conecta con un usuario chofer. La segunda característica, es que generan y dependen de efectos de red: al aumentar el número de usuarios aumenta el valor de esa plataforma. La tercera son las subvenciones cruzadas: una rama de la compañía reduce el precio de un servicio o de un producto mientras que otra rama sube los precios para cubrir estas pérdidas.

El problema con el modelo de negocio radica en que tienden hacia la monopolización, contribuyendo a los efectos de desigualdad entre países. Las mayores plataformas digitales están concentradas en Estados Unidos y China, mientras que los países en desarrollo se han perfilado predominantemente como usuarios (OIT, 2021). Lo anterior se evidencia en que la mayor parte del tráfico en la nube se generó en plataformas de América del Norte, seguida por Asia y Europa Occidental, que en conjunto representaron alrededor del 90 por ciento de ese tráfico (UNCTAD, 2019). Tan solo 7 de las mayores empresas (Alibaba, Google, Amazon, Apple, Facebook, Microsoft y Tencent) generaron en conjunto, durante el año 2019, 1.010 billones de dólares estadounidenses, dando cuenta del volumen de ingresos que provocan las economías desarrolladoras de plataformas (OIT, 2021).

Data mining y el capitalismo de vigilancia

La revolución de las TIC sentó las bases para el desarrollo de las plataformas y éstas, mediante la oferta de diversos servicios, generan un gran caudal de información que es recopilada en enormes servidores repletos de datos obtenidos de los usuarios (como por ejemplo fotos, conversaciones o mismo este ensayo). Además, logran apropiarse de datos conductuales, que van desde cuánto tiempo pasan los usuarios en pantalla hasta cuántos signos de admiración utilizan al expresarse. Parte de la información recopilada es utilizada en mejorar los productos y servicios ofrecidos, sin embargo existe un excedente de datos conductuales que no son aprovechados con tal objetivo (Zuboff, 2020).

En principio, este excedente conductual podría parecer residual y sin valor, información que ocupa lugar sin ningún propósito. Sin embargo, el data mining es el proceso de descubrir patrones y otra información valiosa en grandes conjuntos de datos, mediante desarrollos informáticos y estadísticos, ayudando a las empresas a transformarlos en conocimiento útil. Este método se utiliza para organizar y filtrar datos, mostrando la información más interesante, desde la detección de fraudes hasta comportamientos de usuarios (IBM, 2022). Por lo que estos datos residuales se convierten en la materia prima de la producción de conocimiento.

Entendiendo este proceso de agregado de valor, es cuando se puede introducir al concepto de capitalismo de vigilancia:

El capitalismo de vigilancia reclama unilateralmente para sí la experiencia humana, entendiéndola como una materia prima gratuita que puede traducirse en datos de comportamiento (...) y se usa como insumo de procesos avanzados de producción conocidos como machine learning, con los que se fabrican productos predictivos. Por último, estos productos predictivos son comprados y vendidos en un nuevo tipo de mercado de predicciones de comportamientos que denomino mercados de futuros conductuales. (Zuboff, 2020: 21).

El capitalismo de vigilancia trae aparejado, entre otras cosas, que el rol del hombre como factor de producción se vea modificado, hasta incluso remplazado. Del mismo modo que ocurre en la automatización de procesos y la pérdida de puestos de trabajo en fábricas, los trabajos que involucran relaciones sociales se ven remplazados: plataformas de trabajo vinculan clientes y trabajadores, asignando tareas a estos de forma automática mediante algoritmos, sustituyendo recursos humanos que efectuaban dicha tarea (OIT, 2021).

Por otra parte, el rol de las personas va más allá de ser aportante de mano de obra, para ser fuente directa de extracción de materia prima en la producción de conocimientos. En la actualidad, los datos de los usuarios son apropiados por empresas que se atribuyen unilateralmente la propiedad de los mismos y del conocimiento que generan a partir de ellos.

Finalmente cabe destacar que no sólo extraen datos, sino que, mediante los conocimientos generados sobre la conducta humana, logran orientarla para propio beneficio. Esto genera que la posesión de éstos supere en importancia a la de los medios de producción tradicionales, logrando transformarse en fuente de riqueza y poder en el siglo XXI (Zuboff, 2020).

Conclusión

El entorno digital constituye un nuevo espacio de generación de valor en el que el capitalismo logró desarrollar un medio de acumulación. Sin duda este entorno trae aparejado muchos cambios positivos, fácilmente reconocibles, que son los que promovieron una rápida adopción de estas tecnologías. Sin embargo, es necesario reflexionar sobre los aspectos negativos que traen aparejados en la sociedad, transformando a las personas en proveedores gratuitos de materia prima y con el riesgo de que su conducta sea moldeada bajo los intereses ajenos. A su vez, unos pocos pioneros lograron generar una acumulación originaria que les permitió hacerse con el control de la producción y del conocimiento, profundizando la desigualdad económica.

Bibliografía

- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Evans D. y Schmalensee R. (2016). *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Harvard Business Review Press.
- IBM. (10/09/2022). *Procesamiento de datos. Educación en la nube de IBM*.
<https://www.ibm.com/cloud/learn/data-mining>
- IWS (18/09/2022). *Internet usage statistics. World Internet users and 2022 population stats*.
<https://www.Internetworldstats.com/stats.html>
- Ley 25.326 (2000). *Protección de los datos personales*. Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina.

Oficina Internacional del Trabajo (2021). Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo 2021: El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo. ISSN.

Srnicek, N. (2018). Capitalismo de plataformas. Caja negra.

UNCTAD (2019). Informe sobre el Comercio y el Desarrollo 2018: El poder, las plataformas y la quimera del libre comercio. Informe de la secretaría de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

Zuboff, S. (2020). La era del capitalismo de la vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder. Paidós.