

Facework: trabajo digital, redes sociales y nueva servidumbre

Ángel Luis Lara¹

Fecha de recepción: 29/03/2018 / Fecha de aceptación: 10/09/2018

Resumen. Las redes sociales digitales constituyen un escenario productivo que modifica las pautas convencionales de comprensión del fenómeno del trabajo, al tiempo que afecta decisivamente a algunas de las concepciones más tradicionales acerca de la economía política. Localizando nuestra atención en la red social Facebook, analizaremos la emergencia de nuevos sujetos productivos que habitan una pauta de acumulación de capital que descansa sobre la subsunción integral de la vida en el trabajo. A través del análisis concreto de algunas de las pautas fundamentales en la conversión del conjunto de la vida en esfera productiva, trazaremos las coordenadas de una nueva servidumbre que, a partir de la naturaleza omnipresente y ubicua de los modos de trabajo analizados, nos pone sobre la pista de la necesidad de una redefinición del fenómeno de la explotación en nuestros días.

Palabras clave: Redes sociales; Facebook; Trabajo digital; Sociabilidad; Nueva servidumbre.

Facework: digital labor, social networks and new serfdom

Abstract. Digital social networks are productive territories that are affecting our usual understanding and definition of labor and political economy. Focusing in the case of Facebook, this article analyzes a model of digital accumulation of capital through the colonization of the entire human living experience. This text proposes an analytical approach to the productive nature of our usual activity in the social networks paying special attention to its omnipresent quality. From this perspective, the digital activity of *producers* is revealed as labor and digital social networks are presented as a territory of a deep and invisible exploitation.

Keywords: Social Networks; Facebook; Digital Labor; Sociability; New Serfdom.

Sumario: ¿A qué llamamos trabajo digital? Algunas notas preliminares de carácter metodológico. El trabajo digital en Facebook. Hacia una sociedad sin sociabilidad: *dividuales* y colonialidad del trabajo digital. Un trabajo invisible de cuarta generación. Bibliografía.

Cómo citar: Lara, A.L. (2018): "Facework: trabajo digital, redes sociales y nueva servidumbre". *Sociología del Trabajo*, n°93, 159-180.

En el mundo moderno, todos son esclavos y, al mismo tiempo, miembros de la comunidad, aunque la servidumbre de la sociedad burguesa toma la forma del máximo de libertad.

Maximilien Rubel, *Marx teórico del anarquismo* (1973)

¹ State University of New York (SUNY), College at Old Westbury
laraa@oldwestbury.edu

Sin embargo, el que tanto os domina no tiene más que dos ojos, dos manos y un cuerpo (...) ¿De dónde hubiera sacado tantos ojos para espiaros si no se los hubierais dado vosotros? ¿De qué modo tendría tantas manos si no os las cogiera a vosotros? Los pies con los que recorre vuestras ciudades, ¿acaso no son también los vuestros? ¿Cómo llegaría a tener algún poder sobre vosotros si no fuera por vosotros mismos? ¿Cómo osaría atacaros si no contara con vuestro acuerdo? ¿Qué podría hacerlos si no encubrierais al ladrón que os roba, ni fuerais cómplices del asesino que os extermina o traidores a vosotros mismos?

Étienne de La Boétie, *Discurso de la servidumbre voluntaria* (1548)

A partir del análisis del trabajo digital en torno a la red social Facebook, compartiremos nuestra investigación de unos escenarios productivos que no sólo alteran la estructura misma de lo que usualmente entendemos por trabajo, sino que vienen a erosionar definitivamente algunos de los parámetros convencionales de la economía política.

Un elemento clave en este análisis es la emergencia de nuevos sujetos productivos que, amén de dislocar por completo dicotomías como trabajo/consumo, producción/reproducción o trabajo/no-trabajo, expresan en toda su complejidad el alcance de un modelo de acumulación de capital que bascula sobre la subsunción integral de la vida en el trabajo. A través del análisis concreto de algunas de las pautas fundamentales en la conversión del conjunto de la vida en esfera laboral, dibujaremos el mapa de una nueva servidumbre que, a partir de la naturaleza omnipresente y ubicua de los modos de trabajo analizados, nos ayuda a entender el giro cualitativo que en nuestros días redefine e intensifica el fenómeno de la explotación. Dicho giro implica un modo de colonización de la vida por parte de la economía y del trabajo que actualiza una concepción de la colonialidad que, más allá del mero análisis de los vestigios vivientes y racializados de la etapa histórica colonial, entiende dicho fenómeno como racionalidad propia de un modo de acumulación de capital que encuentra en la materialización integral de la colonización total del vivir su horizonte de sentido.

Basculando sobre estas premisas, completaremos nuestro análisis del trabajo digital con la propuesta de lo que denominamos como un “trabajo invisible de cuarta generación”, punto actual de llegada en una pauta histórica de invisibilización del trabajo cuya genealogía se entiende a partir de tres generaciones previas: el carácter productivo del trabajo de reproducción puesto de relieve por el feminismo (primera generación); la desterritorialización y liofilización del trabajo industrial como resultado de los procesos de reestructuración productiva que disolvieron la hegemonía de la gran fábrica e impusieron el modelo de la producción ligera (segunda generación); y la esfera invisible del llamado “trabajo sumergido” que escapa a la economía formal, que tomó peso en los análisis sociológicos y económicos a partir de los años ochenta del pasado siglo (tercera generación).

¿A qué llamamos trabajo digital?

Cuando hablamos de trabajo digital nos referimos a actividades de producción digitalizada sujetas a procesos de valorización económica y realizadas por las personas en tanto que internautas, es decir, como usuarios o consumidores de redes, platafor-

mas y servicios en Internet. Tres son los ecosistemas básicos en los que se desarrolla el trabajo digital: (1) las plataformas de la llamada “economía colaborativa”; (2) los servicios de “micro-trabajo”; y (3) las redes sociales en Internet (Cardon y Casilli, 2015). El primer universo, también conocido como “economía *on-demand*”, pivota sobre plataformas digitales de coordinación cuyo funcionamiento se vertebra a partir de algoritmos que conectan a diferentes actores sociales: alguien que requiere un bien o servicio particular es puesto en relación con otra persona que puede facilitar ese bien o servicio.² Las plataformas Airbnb, Uber o BlaBlaCar son ejemplos de este tipo de ecosistemas de trabajo digital.

Por su parte, los servicios de “micro-trabajo” implican una práctica laboral “a la tarea”, es decir, una actividad que da cuenta de pequeños quehaceres que, desarrollados por múltiples internautas sin un perfil profesional específico y especializado, son ensamblados en un proyecto unificado a partir de una suerte de “cadena de montaje virtual” (Chirayath, 2010). Se trata de operaciones simples, que no se diferencian de los gestos cotidianos que realizamos en Internet (leer, observar, comentar, compartir, etc.), y que resultan “micro-remuneradas”. Ejemplos de espacios de “micro-trabajo” digital son ShortTask, TxtEagle, Clickworker y Amazon Mechanical Turk, una plataforma mercantilizada de crowdsourcing o externalización distribuida de trabajo creada por Amazon en 2005.

El tercer ecosistema de desarrollo del trabajo digital lo constituyen las plataformas de ocio y las redes sociales en Internet, a las que los usuarios acceden de modo gratuito y en las que se ocupan en la multiproducción de actividades directamente sujetas a procesos de valorización económica por parte de las corporaciones gestoras del servicio. Se trata de un trabajo no remunerado ni reconocido formalmente como tal en un contexto productivo de invisibilización absoluta del trabajo y de una gratuidad de carácter dual: ni los usuarios pagan por el servicio, ni el propietario del mismo remunera la actividad productiva de los mismos. Ejemplos de plataformas habitadas por esta tercera modalidad de trabajo digital son Facebook, Twitter, Instagram, Youtube o Whatsapp.

A partir de los ecosistemas digitales reseñados, conviene apuntar que no solamente se trata de (1) actividades productoras de valor, de modo consciente o inconsciente, sino que implican además (2) políticas corporativas de control algorítmico de dichas actividades que extienden su productividad más allá de la actividad concreta del internauta y que, dado su carácter no remunerado, dan lugar a una pauta de acumulación de capital basada en un (3) trabajo directamente productor de valor económico que posee un carácter invisible, desalarizado, desprovisto de estatuto y desterritorializado.

Esta última circunstancia implica dos mutaciones cruciales que afectan a la propia noción de trabajo. La primera de ellas remite a la escisión de la actividad laboral del horizonte de sentido y de los marcos de regulación propios de las relaciones salariales. La segunda de las mutaciones supone para el trabajo el paso de la centralidad productiva del espacio físico-geográfico a la relevancia absoluta del campo comunicativo-virtual: el giro del espacio al hiperespacio, un campo virtual que no resulta

² Un algoritmo es un procedimiento computerizado para la resolución de un problema o la obtención de un fin. Se trata de un procedimiento para resolver un problema matemático en un número finito de pasos que implican la repetición de una operación (Share Lab, 2016b). Según el diccionario, un algoritmo es un conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema, así como un método y notación en las distintas formas del cálculo (RAE, 2001).

definible mediante límites físicos y que no remite a espacios cerrados ni a tiempos acotables (Fumagalli, 2004).

Es precisamente el carácter desalarizado y ubicuo del trabajo digital, es decir, que pone el conjunto de los tiempos y los espacios de la vida de las personas al servicio no remunerado de las corporaciones, el que acerca este tipo de prestación a parámetros propios de una racionalidad servil. En este sentido, Internet y las tecnologías de comunicación digital han generado modos de vida y formas de subjetivación marcadas tanto por una dependencia generalizada, como por una disponibilidad ininterrumpida: la vida entera es susceptible de transformarse en tiempo de trabajo celularizado, una suerte de neo-servidumbre en la que existir se supedita a una presencia constante en el ciberespacio y cuya materialización implica una actividad directamente productora de valor y de beneficio privado (Berardi, 2007). Se trata, por tanto, de una nueva modalidad de servidumbre que, aunque no reconocida formalmente como tal, se encuentra rigurosamente incorporada en los automatismos tecnológicos, psíquicos y comunicativos, operando como ingrediente fundamental del régimen de acumulación de capital propio de Internet y de los ecosistemas digitales.

Parte fundamental de esta redefinición digital del trabajo es que una parte sustancial de las actividades que resultan directamente productivas son concebidas y practicadas como formas de ocio o de consumo. Utilizar una aplicación móvil, realizar una búsqueda en Google, actualizar nuestro perfil en Facebook, escribir un post, adquirir una mercancía en Amazon o subir una fotografía a Instagram constituyen formas de trabajo concreto creador de un valor económico integralmente captado por las corporaciones de Internet. Websites de corte directamente mercantil o no (trueque e intercambio de bienes y servicios), juegos online, redes sociales, blogs, wikies, forums o videos online, conectan a personas alejadas las una de las otras y que no se conocen para conversar, vender, intercambiar, alquilar, jugar, compartir aficiones y saberes, en fin, una diversidad de prácticas y actividades que comparten un elemento común: la existencia de una plataforma que opera como servicio de mediación entre las personas.

Las actividades y los intercambios que se desarrollan en estas plataformas digitales giran en torno a la producción de diversos contenidos: símbolos (textos, videos, fotografías o dibujos), servicios o bienes materiales e inmateriales desde un punto de vista más evidente, pero también estados de ánimo, modos de vida o inclinaciones estéticas en un sentido más amplio. Las diferentes formas sociales del intercambio en torno a estos contenidos pueden clasificarse a partir de dos criterios socio-económicos fundamentales: por un lado, (a) el carácter directamente mercantil o no del intercambio de dichos contenidos; por otro lado, (b) la orientación lucrativa o no de la plataforma que opera como mediación para la interacción (Dujarier, 2016).

	INTERACCIONES MERCANTILIZADAS ENTRE USUARIOS	INTERACCIONES NO MERCANTILIZADAS ENTRE USUARIOS
PLATAFORMA CON ÁNIMO DE LUCRO	Airbnb o Uber	Facebook
PLATAFORMA SIN ÁNIMO DE LUCRO	Empléate (España) o Portal Público de Empleo (Argentina)	Wikipedia

En este texto vamos a centrar nuestro análisis en el trabajo digital que se desarrolla en una plataforma concreta: Facebook, cuyas interacciones entre usuarios no se encuentran formalmente mercantilizadas. Se trata de una corporación con sede en Estados Unidos que pivota sobre una plataforma de redes sociales en Internet que en abril de 2016 contaba con 1650 millones de usuarios en todo el mundo. La compañía ingresó en 2015 casi 18 millones de dólares y el valor total de sus bienes se calculaba ese mismo año en más de 49 millones de dólares. Además de la red social que da nombre a la compañía, Facebook es el propietario de plataformas subsidiarias tan importantes como Instagram, WhatsApp, Oculus VR y PrivateCore.

En 2017, la compañía Facebook cerró las cuentas del primer trimestre con una cifra de negocio por valor de 8.030 millones de dólares, lo que representó un incremento del 50% comparado con los ingresos del año anterior. El beneficio de la corporación se elevó a 3.065 millones de dólares, un 75% más que en 2016.

A finales de marzo de 2017, Facebook sumaba ya 1.940 millones de cuentas activas al mes, un 17% más de las que tenía en los últimos meses del año anterior. De ese total, 1.280 millones de usuarios acudían a la plataforma digital a diario. Según un informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) publicado en 2016, el 55% de los latinoamericanos usaron Internet a lo largo del año anterior, siendo el uso de las redes sociales digitales el más intenso del mundo. La proporción de usuarios que tiene una cuenta en estos espacios, en relación al porcentaje de las personas que tienen acceso a la web, es del 78,4%, superior al que se registra en regiones industrializadas como América del Norte (64%) y Europa Occidental (54%), lugares con una mayor penetración de Internet (83% y 73%, respectivamente) (CEPAL, 2016: 6 y 35). Según estimaciones de la firma eMarketer, la compañía Facebook alcanzaba en julio de 2015 a un total del 39% de la población en América Latina, es decir, cerca del 69,5% de los internautas en ese territorio y un 93% de los usuarios de redes sociales (eMarketer, 2016).

Según los datos publicados por Statista, un portal alemán de estadística de referencia, un 48% de los españoles eran usuarios de Facebook en 2017. En términos absolutos, esto suponía nada más y nada menos que 22,13 millones de personas. Para finales de 2018 se espera que 22,5 millones de españoles sean usuarios de la red social, el 60,2% del conjunto de los internautas del país, mientras que para 2021 la cifra alcanzaría ya los 23,17 millones de personas (Statista, 2017).

Algunas notas preliminares de carácter metodológico

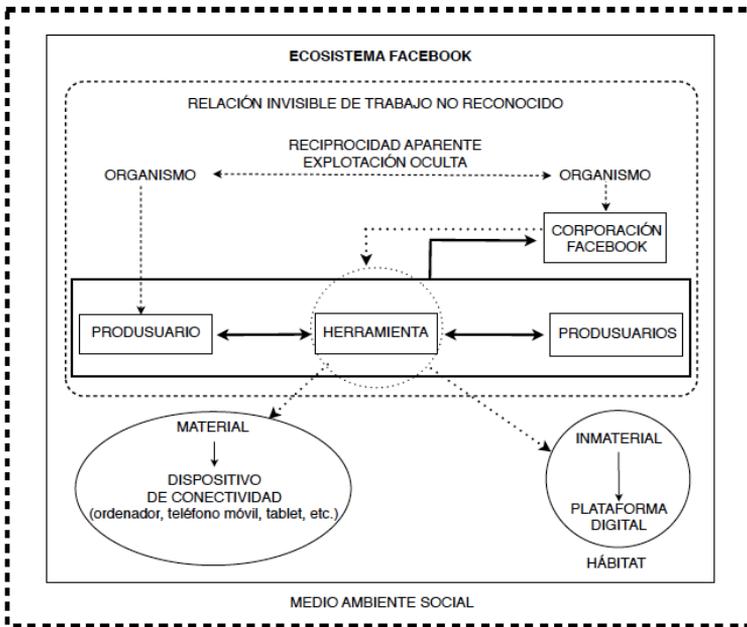
Antes de adentrarnos en la descripción del carácter productivo de las actividades e interacciones que se desarrollan en la red social Facebook, compartiremos algunas de las claves metodológicas que orientan nuestro análisis de los ecosistemas digitales. Partiremos, precisamente, de la consideración de la esfera de las redes sociales como un ecosistema, es decir, como una realidad en la que diferentes organismos desarrollan relaciones de interdependencia en el seno de un hábitat compartido. Dicho hábitat, sintetizado en la plataforma digital concreta que aloja y modula cada red social en Internet, constituye el medio social en el que se relacionan los diferentes organismos y, tal y como ya hemos avanzado anteriormente, posee una naturaleza hiperespacial.

Nuestro uso del concepto de ecosistema no sólo es coherente con la definición de dicho término, una realidad constituida por la interacción de diversos organismos en un medio determinado, sino que persigue ligar una perspectiva ecológica con el estudio tanto de las pautas actuales de acumulación de capital, como de las nuevas modalidades de trabajo y valorización que se despliegan en su seno. De esta manera, tratamos de dar cuenta de la necesidad epistemológica de contribuir al desarrollo de una concepción de la ecología que, más allá de todo cliché y límite naturalístico, se constituye en totalidad ética, política y productiva, incluyendo en su horizonte las dinámicas de reproducción de la vida social, así como la definición de las actividades y los sujetos sociales productivos. En este sentido, encontramos en la propuesta ecosófica de Félix Guattari un estímulo notable para el desarrollo de metodologías de investigación que, en el estudio de la inherente inclinación entrópica de la forma de vida capitalista, den cuenta analítica de tres registros ecológicos combinados: el medio ambiente, las relaciones sociales y la subjetividad humana (Guattari, 1996).

A partir del prisma ecosófico, todo análisis complejo del ecosistema de las redes sociales debe prestar atención tanto a la modalidad de relaciones sociales que configuran dicho ecosistema, como a los diferentes elementos que entran en relación en dicha configuración. Igualmente, la mirada investigadora debe fijarse en la cualidad del medio ambiente social en el que se desenvuelve dicho ecosistema, estableciendo las conexiones analíticas pertinentes y, a partir de dichas conexiones, observando las características de los modos de subjetivación que produce la vida en las redes sociales y en los entornos digitales.

La aplicación de esta pauta metodológica al estudio del caso concreto de la red social Facebook nos lleva a identificar tres elementos constitutivos de la vida en dicho hábitat digital: (1) los usuarios de la plataforma, a los que definiremos como *produsuarios* (productor + usuario) por el carácter productivo de su actividad en la red social;³ (2) la *corporación* Facebook, cuyo modelo de negocio bascula sobre la explotación de la actividad de los produsuarios de su plataforma digital; y (3) la doble *herramienta* que posibilita la vida activa de los produsuarios en la red: por un lado, (a) una herramienta de naturaleza inmaterial constituida por la *plataforma digital* en tanto que dispositivo que media y vehicula tanto el vínculo entre los produsuarios, como la relación de éstos con la corporación; y por otro lado, (b) una herramienta de carácter material constituida por los *dispositivos concretos de conectividad y producción* que el produsuario utiliza (ordenador personal, teléfono móvil, etc.). Evidentemente, cada uno de estos tres elementos es susceptible de ser estudiado en sí mismo y ofrece un ámbito de investigación de incuestionable interés. No obstante, en nuestro propósito de enfocar la mirada a partir de la razón sociológica, nos inclinamos necesariamente por una exploración compleja del tipo de relaciones a las que da lugar no sólo la interacción entre los mencionados elementos, sino el propio marco de relaciones en el que se produce cada uno de ellos.

³ Los usuarios de la red social Facebook no son consumidores, es decir, no constituyen sujetos que acceden a la red previo pago por el servicio, sino que la usan de modo gratuito. La hibridación de ese uso de la plataforma con el carácter directamente productivo de su actividad es la que nos lleva a concebirlas como *produsuarios*: usuarios-productores. Si algunos autores conciben el *prodot* como un tipo de producción entre iguales (Bruns, 2008), en el caso de Facebook y otras redes y plataformas digitales esa producción aparentemente horizontal viene vampirizada verticalmente por la compañía, que rompe la posibilidad de toda concepción heterárquica de la vida en la red. Al igual que la explotación de la actividad de los produsuarios, la jerarquización de la red por parte de la corporación Facebook posee un carácter predominantemente invisible.



Esta modalidad de mirada analítica sobre el ecosistema Facebook parte de la identificación de aquellas relaciones que son susceptibles de sentido sociológico, es decir, aquellas que presentan una lógica no reducible a la acción de uno de sus elementos o, por decirlo con Pierre Rolle (1988), “que la interacción no se establece tanto entre el hombre y un objeto cualquiera, sino entre los hombres, individuos o grupos”, en una pauta relacional definida tanto por una estructura dinámica, como por la experiencia de una aparente reciprocidad. En definitiva, el análisis sociológico del fenómeno de las redes sociales necesita, al tiempo que aborda la interacción del usuario con la plataforma digital, trascender este estrecho marco para descubrir la cualidad de las relaciones sociales que subyacen a dicha interacción y que constituyen el sentido profundo e invisibilizado de un ecosistema que para las corporaciones que lo gobiernan y modulan se presenta como eminente dispositivo de negocio.

Tal y como veremos a lo largo de este artículo, es precisamente esta mirada de índole sociológica la que desvela la existencia de una actividad productiva que, aunque no reconocida como tal, opera como base de la dinámica de funcionamiento de las redes sociales digitales en general y del ecosistema Facebook en particular. Un trabajo digital de naturaleza invisible que, pese al carácter formalmente lúdico de la actividad y a la aparente reciprocidad en el vínculo de los prousuarios entre ellos y con la corporación, posee una condición servil que profundiza y estira el fenómeno de la explotación hasta colonizar de manera integral la existencia de los prousuarios, encadenando el vivir tanto a una servidumbre de carácter maquínico, como a una intensificación de la sujeción social.⁴

Más allá de la relación productiva entre las corporaciones de la economía digi-

⁴ Guattari y Deleuze (1994) distinguen entre servidumbre maquínica y sujeción social. Siguiendo su punto de vista, diremos que hay servidumbre cuando las personas (*prousuarios*) son piezas constituyentes de una máquina bajo el control, explícito o no, de una unidad superior que las sobrecodifica (*la corporación Facebook*). Como apunta

tal y sus prodsuuarios, objeto central de nuestro análisis, la realidad servil empapa al conjunto de relaciones y elementos que componen el ecosistema de las red social Facebook. Dentro del magma de nueva servidumbre que podemos anticipar a partir del análisis de las redes sociales digitales, es la herramienta el elemento que tal vez sintetiza con una eficacia más reseñable el alcance profundo del fenómeno servil, tanto en la dimensión material como inmaterial de la misma. Por el lado de esta segunda dimensión, el papel cada vez mas determinante de las redes sociales digitales dentro del conjunto de la comunicación social nos va imponiendo un vínculo generalizado de dependencia con dichas redes: para un número creciente de personas, si no habitas las plataformas digitales no existes.⁵ Por el lado de la dimensión material de la herramienta, las condiciones de fabricación de los dispositivos electrónicos digitales empleados por los prodsuuarios nos colocan en un escenario descarnado de servidumbre marcado por la existencia de trabajo esclavo en su devenir más clásico. Algunas zonas del este de la República Democrática del Congo, por ejemplo, destacan en este sentido por su condición de epicentro de la extracción de minerales como el cobalto y el coltán, indispensables para la industria global de tecnología de la información. Tal y como documenta Linchuan Qiu (2016), investigador y docente de la Universidad China de Hong Kong, sólo en las minas de Kivu del Sur, por ejemplo, la ONG *Free the Slaves* documentó 866 casos de esclavitud en 2013, de los que 23 correspondían a niños.⁶ Igualmente, la existencia de coerción violenta y de privación casi completa de la libertad de los mineros, adultos y niños, fue documentada en Indonesia en 2014 por el programa británico de investigación *Panorama* (BBC). Este programa, cuya emisión se produjo poco después de la salida a la venta del teléfono móvil Iphone 6, desveló que el estaño que extraían esos mineros terminaba probablemente en los productos comercializados por la corporación Apple (Linchuan Qiu, 2016).⁷

Las implicaciones metodológicas de estas observaciones en torno a la relación de la herramienta con la cuestión de la servidumbre se concretan en la necesidad de

Lazzarato (2008), estamos bajo la servidumbre a una máquina en tanto constituimos uno de los elementos que le permiten funcionar, del mismo modo que estamos sujetos a la máquina en tanto somos únicamente sus usuarios, es decir, en la medida en que somos los sujetos de acción de los que ella se sirve. En el ecosistema de las redes sociales los prodsuuarios habitamos simultáneamente ambas realidades: pieza imprescindible de carácter interno al mecanismo y usuarios de la plataforma cuya actividad productiva sirve a la máquina. Siervos sujetos.

⁵ “Porque el esclavo carece de existencia social reconocida al margen de su amo se convierte en una no persona social... una persona muerta socialmente” (Patterson, 1982). La traducción es nuestra. Dado que la edad mínima para convertirse en prodsuuario de la red social Facebook es 13 años, la corporación sacó en diciembre de 2017 la aplicación de mensajería Messenger Kids, cuyo modelo de negocio bascula en torno a la comercialización por parte de la compañía de los datos que origina la huella digital y la producción de contenidos e interacciones de los niños. Junto a la cuestión de la servidumbre, esta aplicación de Facebook nos pone sobre la pista de la existencia manifiesta de trabajo digital infantil de carácter invisible. En octubre de 2018, una coalición de grupos de defensa de los derechos de los consumidores acusó a Facebook de recolectar para su comercialización los datos generados por los niños a través de la aplicación Messenger Kids: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-6237509/Facebook-faces-FTC-complaint-accusing-harvesting-data-children-Messenger-Kids-app.html> (última consulta: 4 de octubre de 2018).

⁶ Pese a que la existencia de fuerza de trabajo esclava ha sido ampliamente documentada en la minería de otros países africanos, la República Democrática del Congo destaca en este sentido debido a su vasta riqueza mineral, extraída por trabajadores esclavos. En 2010 estos trabajadores suministraron el 51% del cobalto mundial y en 2008 el 21% del coltán consumido en el planeta como materia prima

⁷ “Apple ‘Deeply Offended’ by BBC Investigation”, disponible en <https://www.bbc.com/news/technology-30548468> (última consulta: 4 de octubre de 2018). Se puede acceder al mencionado episodio del programa *Panorama* en <https://documentaryheaven.com/apples-broken-promises/> (última consulta: 4 de octubre de 2018).

abrir los contornos de la investigación del trabajo digital, ampliando la geografía del ecosistema de las redes sociales hasta conectar ambos fenómenos con lo que Fuchs (2014) ha denominado como “División Internacional del Trabajo Digital” (IDDL, por sus siglas en inglés). En esta ampliación del campo de batalla analítica, el trabajo digital invisible de los prodsuuarios se pone en relación con los sujetos, formas y condiciones del trabajo remunerado formalmente reconocido como tal por las corporaciones que explotan la vida digital, al mismo tiempo que se conecta con las oscuras realidades de la ingente cantidad de trabajo “analógico” necesario para la constitución material del ecosistema digital. Esta clave metodológica no sólo no permite elaborar una tipología compleja de las formas de trabajo necesarias para la producción, circulación y uso de los medios digitales, sino que nos aleja de toda posición que, reduciendo la mirada al estrecho marco de las actividades digitalizadas, pueda contribuir a una suerte de mistificación de nuestra vida en Internet y de las pautas de trabajo a ella asociadas.

El trabajo digital en Facebook

A partir de las observaciones de corte metodológico que hemos expuesto en el apartado anterior, nos detendremos ahora en el análisis de la actividad de los usuarios de la red social Facebook. Dicha actividad se sujeta a procesos de valorización económica a partir de dos órdenes productivos que, aunque diferenciados, se presentan combinados: (a) un primer orden de actividad al que llamaremos “producción directa”, en el que los usuarios de Facebook generan y comparten contenidos (textos, imágenes, relaciones, etc.) en un flujo de producción de subjetividad y de despliegue de su socialidad en la red; y (b) un segundo orden al que denominaremos “producción derivada”, que consiste en la transformación algorítmica de la actividad y la información generada por los usuarios en datos que la compañía propietaria de la plataforma empaqueta y vende en el mercado. Esta segunda modalidad de valorización del trabajo de los usuarios de la red social implica dos tipos de actividad digital desarrollada por la compañía: (1) una actividad de recolección de datos (*data harvesting*), es decir, la traducción de la acción productiva del usuario de Facebook en datos mediante un algoritmo; y (2) la venta de esos datos a otras corporaciones y organismos (*data selling*).

En primer término, el usuario de Facebook fabrica directamente los contenidos que circulan por la red social, al mismo tiempo que produce la comunicación y las relaciones que constituyen su savia vital. En segundo término, los hábitos, comportamientos y recorridos por la red de los usuarios, una vez procesados y organizados de modo algorítmico, configuran la materia prima de la información que la compañía vende en el mercado en forma de datos. Ambos órdenes, cuya base es la actividad de los usuarios, funcionan como fulcro del negocio que ostenta la corporación Facebook a través de su plataforma más importante en Internet. De este modo, la actividad de los usuarios se constituye en un verdadero trabajo cuyo carácter invisible y no remunerado implica un modelo de negocio que bascula sobre la apropiación íntegra de la actividad por parte de la compañía.⁸

⁸ La filtración de la información personal de hasta 87 millones de usuarios de Facebook a la consultora política Cambridge Analytica, conocida en marzo de 2018, encendió las alarmas de la opinión pública acerca del

En términos concretos, hablamos de un volumen enorme de trabajo invisible: cada uno de los operarios digitales que conforman el más del billón y medio de usuarios de Facebook trabaja un promedio de veinte minutos al día en la red social, publicando información, comentando y leyendo entradas de otros usuarios o “likeando” contenidos. Esta cifra supone más de 300.000.000 horas de trabajo no remunerado al día del que la corporación Facebook se nutre de modo gratuito (Share Foundation, 2016a). La Comisión Europea cifra el valor del mercado de usuarios de plataformas digitales en más de 300.000 millones de euros en el viejo continente y vaticina que la cifra ascenderá a los 736.000 millones para 2020. Cada prosumidor de su plataforma le supone a Facebook una fuente de negocio. En el último trimestre de 2017, la corporación valoraba en 8,76 dólares cada perfil de ciudadano europeo en su red social, unos dos dólares más que la media mundial, pero cuatro veces menos que lo que ingresaba por un usuario de EEUU o Canadá, a los que tasaba en 26,86 dólares (IDC and Open Evidence, 2017).

Lo interesante sociológicamente es que el trabajo digital de los usuarios de Facebook coincide con las coordenadas de su propia socialidad, es decir, lejos de constituirse en una experiencia diferenciada del resto de su vida social, acotable en términos espaciales y temporales, modula su existir a partir de una orientación lúdica que, amén de alejarlo del sentido tradicionalmente atribuido al trabajo, se disemina por el cotidiano hasta hacerse indistinguible del hecho mismo de vivir.⁹ De este modo, el trabajo digital de los usuarios de Facebook coloniza el conjunto de su existencia y pone a trabajar, precisamente, el propio hecho de vivir. Esta modalidad de trabajo digital implica, por tanto, el desarrollo de una bioproducción: es la vida misma de los usuarios, en sus interacciones y producciones cotidianas, la que resulta objeto de la apropiación mercantil o, por decirlo de una manera más descriptiva, la que es puesta a trabajar para producir beneficio económico privado para otros. Se trata, a partir de estas premisas, de un modelo de acumulación de capital que descansa, entre otras cosas, en (1) un ejercicio de *desposesión* del sentido último de la actividad de los prosumidores en la red por parte de la corporación, es decir, la conversión en negocio de un flujo mayoritariamente ocioso de producción y relaciones digitales; y (2) la *privatización de un común* compuesto por el resultado de la inclinación natural de las personas a la socialidad. Como veremos más adelante, ambas dimensiones del modelo de negocio de Facebook poseen relevantes implicaciones no sólo económicas, sino también de carácter antropológico y sociológico.

Dentro de esta pauta bioprodutiva movilizadora por la red social Facebook, destaca la importancia de una modalidad de trabajo digital *prosumario* consistente en la producción de un flujo constante de narración y comunicación multimedia acerca de sus propias vidas. En esa dinámica lo íntimo se hace público, exhibiéndose en una

manejo de datos por parte de la corporación. En mayo del mismo año entró en vigor en la Unión Europea el llamado “Reglamento General de Protección de datos”, destinado a regular el mercado de datos digitales en el continente. Dicha regulación, no obstante, no cuestiona el modelo de negocio, sino que fuerza a las compañías a intensificar su celo en la recopilación y manejo de dichos datos. En este sentido, Facebook se ha limitado hasta el momento a gestos de dudosa eficacia, como la creación de la herramienta “Clear History”, destinada a que sus usuarios puedan dificultar el rastreo y acumulación de su huella digital por parte de webs y aplicaciones. Para una visión escéptica al respecto se puede consultar el punto de vista del director de Mercadotecnia de Mozilla, la organización sin fines de lucro responsable del explorador Firefox: <https://www.nytimes.com/es/2018/03/27/facebook-google-privacidad-datos/>

⁹ Sobre la dimensión lúdica del trabajo digital se puede consultar: Scholz, 2013.

suerte de competición informal entre intensidades vitales: cotizan más las páginas personales que más eventos vividos contienen. Hay millones de personas adictas a la publicación pormenorizada del transcurso de sus vidas. Los contactos que se tienen en la red se muestran como trofeos de una vida intensa en interacciones que se mide no por la cualidad de las relaciones, sino por la cantidad de conexiones que se atesoran. No hablamos de una comunicación cualquiera, en realidad la red funciona como una pasarela para la autorreferencialidad. Más que interactuar, los usuarios dan vueltas sobre ellos mismos. Facebook es el orgasmo del ególatra y el escaparte de una suerte de narcisismo de masa. Como en el orgasmo mismo, el momento de su experiencia nos aleja del otro más que nos acerca. En este sentido, se trata de un tipo de socialidad que encierra una perversidad paradójica: se mueve por una red que individualiza.

El devenir general de la vida social de los produuarios de las redes digitales se corresponde con un ethos neoliberal que, extendido de modo integral en nuestras sociedades, se constituye tendencialmente en razón hegemónica, es decir, en una suerte de sentido común inscrito en el vivir de las poblaciones. El neoliberalismo implica una racionalidad específica que ha dado lugar a nuevos estados subjetivos ligados a nuevas formas de vida. En el ecosistema neoliberal, políticas, modos de vivir y formas de subjetivación se definen a partir de la imposición de una razón económica que coloca en el centro de la existencia individual y colectiva el ejercicio sistemático de una racionalidad instrumental, la interiorización de la empresarialidad como principio de realidad y la conversión de las personas en *homo oeconomicus* que entienden y gestionan su existencia en tanto que capital humano. Facebook como pasarela narcisista para la autorreferencialidad opera, precisamente, en este sentido. Los produuarios de la red social digital construyen una imagen de sí y se valorizan en tanto que capital de tipo humano en un régimen explícito de concurrencia por la captura de atención, al tiempo que acumulan ellos mismos un capital simbólico en forma de *likes* y *followers* y contenidos posteados. Producir en Facebook es, en última instancia, fabricar la imagen de sí que el produuario quiere proyectar hacia los demás. Resultar interesante, exhibir o fingir intensidad existencial, erudición o genio creativo, por ejemplo, genera un tipo particular de socialidad que opera como producción de imagen de sí en el curso de un horizonte general de sentido que bascula sobre la empresarialidad de uno mismo.¹⁰ La lógica de un *homo oeconomicus* cuya supervivencia depende de ser el productor de sí mismo, funcionar como fuente de sus ganancias y entenderse como su propio capital.¹¹

La conversión algorítmica en datos de este devenir de los produuarios por la red social digital, lo que hemos denominado “producción derivada” en páginas anteriores, presenta una invisibilidad absoluta y constituye una suerte de caja negra que oculta un proceso complejo y opaco de explotación, cosificación y comodificación de los usuarios de Facebook. Para desvelar los modos de funcionamiento de esta pro-

¹⁰ Un estudio del periódico The New York Times desveló que el 68% de usuarios de redes sociales digitales en Estados Unidos asegura compartir información para definirse ante los demás, así como que muchos produuarios de este tipo de redes comparten contenidos sin ni siquiera haberlos leído antes, únicamente porque el titular o su temática asocian su imagen a los mismos, convirtiéndoles así en personas interesantes a los ojos de otros internautas (Cuen, 2012).

¹¹ Sobre la empresarialidad de sí como elemento constitutivo del *homo oeconomicus* se puede ver: Foucault, 2004. Sobre el neoliberalismo como mutación antropológica a partir de la generalización de la racionalidad de la empresa al conjunto de la vida se puede consultar: Dardot y Laval, 2009.

ducción digital derivada, debemos comenzar por entender el concepto de “grafo social”, propuesto en 2007 por Mark Zuckerberg, dueño de Facebook, como categoría con la que nombrar el sociograma digital que representa las relaciones que establece cada usuario de la red social con los demás usuarios y, más allá, con el conjunto de Internet. Este sociograma permite registrar y visualizar los vínculos y recorridos de cada usuario, interconectando cada pieza de información dentro y fuera de Facebook en un solo y único gráfico. Se trata del modo en el que la compañía de Zuckerberg monitoriza y representa la vida de sus prousuarios en la plataforma. Cada contenido creado o subido a la red, las fotografías, los eventos, las ubicaciones geográficas o el perfil de cada usuario constituye un objeto en la base de datos de Facebook. Esos objetos son nodos de una red de relaciones: cuando un usuario otorga un “like” a un contenido, por ejemplo, el grafo social registra la conexión entre ese usuario y el contenido, así como relaciona inmediatamente a los diferentes usuarios que se han asociado al contenido a partir de un “like”. De este modo, el sociograma de Facebook constituye un sistema de control basado en la conversión algorítmica de la vida en la red en billones de objetos interconectados que son almacenados como datos a partir de tres pautas combinadas: (1) acciones de los usuarios; (2) tipos de contenidos producidos por los éstos; y (3) conexiones entre usuarios convertidos en objetos, así como entre usuarios y contenidos.

De este modo, la corporación se sirve de la actividad de los usuarios de su plataforma a dos niveles. Por un lado, el trabajo concreto de sus habitantes, hecho de contenidos y de relaciones, produce el valor de uso de la red social. Por otro lado, esa actividad, que coincide con la vida de los usuarios en la plataforma, es convertida en una suerte de trabajo abstracto cuyo resultado, una vez procesado de modo algorítmico, es una información con un alto valor comercial que la compañía Facebook vende en el mercado. El rendimiento de este modelo de negocio es enorme para la corporación, puesto que los usuarios de su red social principal operan al mismo tiempo como un capital variable a coste cero, ya que no viene remunerado en ningún momento, y una suerte de capital fijo para la compañía, puesto que, a diferencia del modelo industrial que descansaba en la primacía de las infraestructuras físicas y la maquinaria, el capital fundamental de Facebook son sus usuarios en tanto que trabajadores digitales, partícipes de un círculo paradójico en el que son productores en su uso voluntario y desalarizado de la plataforma y, al mismo tiempo, productos en tanto objetos “algoritmizados” comercializados como datos en el mercado. Los empleados remunerados de la compañía suponen un capital ínfimo al lado de sus usuarios, convertidos en trabajadores invisibles desalarizados y en el capital variable más importante de la corporación.¹²

En este régimen digital de acumulación de capital, el trabajo sigue operando en los términos de una relación social, pero ésta ya no se desarrolla entre el sujeto propietario de una fuerza de trabajo y la empresa que se la alquila a cambio de un salario, sino que la relación social es sobre todo el vínculo que se establece entre los prousuarios de la plataforma Facebook y que resulta interna al propio proceso de trabajo. De este modo, el trabajo sigue constituyéndose en relación social, pero ya no entre el trabajador y un empleador, sino entre los trabajadores en el desarrollo de su socialidad en red, es decir, en el ejercicio de su trabajo concreto.

¹² La compañía Facebook tenía poco más de 17.000 empleados en diciembre de 2016, en contraste con los 1,86 billones de usuarios de su plataforma principal en la misma fecha.

En este esquema de funcionamiento, el trabajo digital, lejos de operar como una relación social particular, aparece desprovisto de toda singularidad al coincidir con la socialidad misma.

Hacia una sociedad sin sociabilidad: *dividuales* y colonialidad del trabajo digital

En el modelo de negocio ligado al trabajo digital, la socialidad no sólo funciona como base fundamental de la producción, sino que se constituye en objeto básico de la explotación. Lo que Facebook explota es, principalmente, la inclinación humana hacia la construcción de vínculos sociales en sí misma, es decir, la orientación constitutiva hacia el otro que da lugar al tejido cotidiano de relaciones que normalmente nombramos como socialidad. Desde un punto de vista sociológico, resulta clave la distinción entre este término y el de sociabilidad, que implica un modo particular de interacción social que posee una naturaleza “lúdica”, es decir, cuyo sentido es interno a la propia interacción y cuya única finalidad es la relación misma (Simmel, 1997). A partir de esta distinción, la sociabilidad remite a una forma de socialidad en la que (a) no se persigue nada más que la relación por la relación; (b) se excluye aquello que no es común a los demás participantes de la interacción, así como todo lo que posee una importancia objetiva para la personalidad (estatus, éxito, fama, riqueza, etc.); y (c) se pone en juego una pauta relacional al margen tanto del cálculo, como de toda racionalidad de carácter instrumental, es decir, que se oriente a partir de una finalidad que va más allá de la relación misma.

El ecosistema social de Facebook se presenta formalmente como espacio de sociabilidad, puesto que aparentemente funciona como ámbito relacional de carácter lúdico cuyo fin son las relaciones en sí mismas. Sin embargo, la cualidad de auténtico trabajo de la vida social movilizada en la plataforma digital desvela en realidad una pauta relacional ajena a la lógica propia de la sociabilidad. Allí donde hay trabajo hay racionalidad instrumental y cálculo. Facebook es el territorio de una evolución tendencial hacia un tipo de socialidad sin sociabilidad que se mueve como trabajo digital a partir de dos pautas productivas básicas: (1) una producción de subjetividad en forma de contenidos (textos, fotografías, estéticas, inclinaciones éticas, pautas emocionales, etc.) e interacciones que, una vez procesadas algorítmicamente por la corporación, resultan convertidas en datos y son mercantilizadas; y (2) un trabajo sobre sí a partir de la conversión de la red social en una suerte de pasarela en la que los produsuarios operan como empresarios de sí mismos en una actividad constante de autopromoción y de exhibición de corte narcisista.

Tal y como hemos puesto de manifiesto en páginas anteriores, el produsuario de Facebook es, en última instancia, un *homo oeconomicus* que valoriza su capital humano en un constante ejercicio de competencia por la atención de los otros y de acumulación de relaciones, al tiempo que fabrica una socialidad digital que resulta inmediatamente cosificada y subsumida por la corporación en un proceso de valorización económica. Si el neoliberalismo implica una mutación antropológica que pone en juego un nuevo estado subjetivo en el que la racionalidad propia de la empresa es interiorizada hasta el punto de penetrar todos los aspectos de la vida, Facebook se presenta como un dispositivo plenamente neoliberal que anticipa el fin último de dicho régimen: la abolición de la sociabilidad.

A partir de una dinámica de trabajo digital que nos avanza un ethos capaz de vivir su socialidad únicamente a partir de la inclinación narcisista y la racionalidad instrumental, Facebook nos pone sobre la pista de una mutación profunda que implica el giro desde la producción de individuos a la modulación de *dividuales* (Deleuze, 1999). Un escenario en el que los individuos resultan deconstruidos a partir de sus huellas digitales, es decir, del control y registro algorítmico de sus recorridos y sus relaciones en la red, así como son convertidos en sujetos que resultan constantemente divisibles y reducibles a representaciones de datos a través de tecnologías digitales de control y de sistemas computerizados (Williams, 2005).¹³

La acción moduladora de la corporación Facebook sobre su red social nos indica que el ejercicio del poder ya no opera tanto como fuerza motriz de la que parte la energía y su organización, sino como intervención en el curso de una onda preexistente y automotriz: la inclinación generalizada y voluntaria a la socialidad digital. La modulación algorítmica de Facebook sobre todo busca, más que disciplinar a los prousuarios de su red, calcular y predecir sus comportamientos. Se trata de una gubernamentalidad que descansa sobre la relativa autonomía formal de los sujetos para explorar pautas y posibilidades sin que éstas necesiten ser directamente prescritas, disciplinadas o dirigidas.¹⁴ Si la interiorización del modelo de la empresa provee al sujeto con una pauta para la gestión y el gobierno de sí mismo, el registro de su huella digital lo convierte en predecible y calculable. En este sentido, si la gubernamentalidad empresarial conlleva potencialmente el fin de la sociabilidad, el control algorítmico indica una tendencia hacia la abolición del azar.

Ambas circunstancias nos colocan en el horizonte de una nueva modalidad de servidumbre a la que nos sujetamos de *motu proprio* y en la que participamos de manera voluntaria. La capitalización de la socialidad a través de la actividad digitalizada y la colonización integral del conjunto de nuestra vida en los ecosistemas digitales remiten en realidad a una suerte de auto-colonización, puesto que el carácter voluntario de nuestra participación en entornos digitales como Facebook implica la existencia de algo parecido a una “hegemonía sin dominación”.¹⁵ Lo que resulta más interesante es que esta nueva pauta colonizadora ligada al desarrollo del trabajo digital enfatiza y extiende la centralidad de modos de subjetivación que presentan una

¹³ “Dividual” proviene del vocablo latín *dividuus*, que significa “divisible” o “dividido”. Si el término *individuo* implica la idea de *indivisible*, puesto que se trata de la unidad más pequeña identificable en una sociedad, la noción de *dividual* hace referencia a un sujeto que resulta *divisible*.

¹⁴ “(...) Tampoco se trata de una sociedad en la que se requiere de un mecanismo de normalización general y de exclusión de aquellos que no resultan normalizables. En el horizonte de este análisis vemos sin embargo la imagen, la idea o el programa-tema de una sociedad en la que se da una optimización de sistemas de diferencia, en la que el campo se deja abierto a procesos de fluctuación, en la que individuos y prácticas minoritarias son toleradas, en la que la acción pesa más sobre las reglas del juego que sobre los jugadores y, finalmente, en la que se da un tipo de intervención medioambiental en lugar de una subjugación interna de los individuos” (Foucault, 2004). En el curso de esa intervención de carácter medioambiental, la corporación Facebook reveló en 2014 un experimento de manipulación de la información que afectó a 689.000 usuarios de su red social, descubriendo que podía generar sentimientos negativos o positivos a través de un “cotagio emocional” que modulaba el comportamiento de las personas en la red (Booth, 2014).

¹⁵ El antropólogo Alexander Kiossev (2011) define en estos términos lo que llama “la metáfora de la auto-colonización”, un concepto que aplica al análisis de culturas que han sucumbido al poder cultural de Europa y de la sociedad occidental sin que hayan tenido que ser físicamente invadidas o convertidas en colonias de hecho. Su interés investigador se ha centrado en las culturas del este europeo que tienen en común un pasado de índole socialista.

continuidad notable con la sistematización colonial del mundo que ha acompañado al desarrollo de la relación de capital desde el siglo XVI.

Siguiendo la estela de los análisis de Tzvetan Todorov acerca de la evolución de la primigenia subjetividad colonizadora cristiana en las Américas, encontramos que las corporaciones digitales como Facebook reproducen en nuestros días una suerte de colonialidad análoga y simétrica a la estudiada por Todorov.¹⁶ Si para Colón el Otro resultaba reducido a la figura de un objeto y para Cortés el indígena únicamente operaba como sujeto en tanto que productor de objetos, Zuckerberg constuye su modelo de negocio a partir de una pauta de colonización de la vida que combina ambos puntos de vista. Por un lado, (a) los prodsuuarios son inmediatamente convertidos en objetos a partir de procedimientos algorítmicos que los transforman en datos. Por otro lado, (b) los prodsuuarios son considerados como sujetos solamente en tanto que productores de contenidos y relaciones o, por decirlo de modo más sucinto, únicamente como mano de obra digital. Facebook aparece bajo esta óptica como una auténtica máquina colonial.

Un trabajo invisible de cuarta generación

En el marco del análisis que venimos desarrollando, hemos relacionado el trabajo digital con una pauta de invisibilización de la producción mediante su extensión a esferas de la vida social antes excluidas y diferenciadas de los espacios formales del trabajo, en un movimiento que determina la colonización integral del conjunto de las actividades, los tiempos y los espacios de la vida por parte del trabajo. Tres serían las dimensiones en las que se despliega y se materializa esta invisibilización:

a) Invisibilización en el espacio:

La prestación laboral escapa del espacio físico de la empresa, colonizando tanto la esfera doméstica, como el conjunto de los diferentes territorios de la vida cotidiana del trabajador. Desde este punto de vista, el trabajo deviene ubicuo y nómada. Si tradicionalmente las cartografías sociológicas del trabajo han remitido siempre a coordenadas espaciales delimitables y sus trazos se han correspondido con las coordenadas de una geometría euclídea¹⁷, a lo largo de nuestro análisis de la actividad de prosumición y trabajo digital hemos puesto de manifiesto la necesidad de romper con esas pautas conceptuales tradicionales para dar cuenta sociológicamente de una mutación vital del trabajo: su viaje del espacio al *hiperespacio*, un campo virtual que no resulta definible mediante límites físicos y que no remite a espacios cerrados ni a tiempos acotables.

b) Invisibilización en el tiempo:

La actividad productiva de los usuarios de Facebook nos conecta con una ruptura de los límites y las fronteras sociales que tradicionalmente han definido una distinción entre un tiempo de producción y otro de reproducción, considerados respectivamente como tiempo productivo y tiempo no productivo. Esta ruptura indica la

¹⁶ Todorov, 1984.

¹⁷ Un espacio euclídeo es un espacio vectorial normado con una dimensión finita: un espacio de carácter estriado (Deleuze y Guattari, 1994; Ibáñez, 1985), organizado mediante el ejercicio de la medida y de la previsión.

necesidad tanto de revisar la pertinencia y la utilidad explicativa de la categoría de *jornada de trabajo*, como de redefinir radicalmente la propia concepción del tiempo de la producción. Como hemos visto en nuestro análisis, la producción digital recubre el conjunto de los tiempos de la vida, aboliendo la frontera entre trabajo y no-trabajo y haciendo del consumir un tiempo de verdadera producción: el acto mismo de vivir en sociedad y las actividades ligadas a los tiempos de consumo se constituyen en un trabajo de naturaleza invisible.

A partir de estas premisas se impone una redefinición metodológica de la relación de la sociología del trabajo con la categoría de tiempo, tradicionalmente construida a partir de una concepción del tiempo de trabajo como magnitud calculable y cuantificable, una entidad susceptible de ser parcelada y distinguida del conjunto de las temporalidades sociales. Para esta tarea de redefinición encontramos un primer material útil en la *sociología del devenir* propuesta por el sociólogo francés Philippe Zarifian (2012). Uno de los puntos de partida de esta perspectiva es el análisis de Gilles Deleuze del tiempo a partir de su lectura de Platón. Según Deleuze (2005), cabe distinguir dos dimensiones diferenciadas: (a) una de las cosas limitadas y medibles, sujetos de cualidades fijas; y (b) otra constituida por un devenir sin medida. A partir de esta distinción, Zarifian (2001) propone tres elementos fundamentales para entender en qué consiste una lógica temporal entendida en los términos de un *tiempo-devenir* que: (1) da cuenta de procesos y fenómenos que no pueden ser fijados en un punto temporal concreto; (2) no soporta la escisión entre un antes y un después; y (3) no separa el futuro del pasado. El trabajo digital se despliega en un *tiempo-devenir*: la actividad productiva no resulta cuantificable ni calculable en términos temporales porque remite a procesos y fenómenos imposibles de fijar en un momento o punto concreto: la vida en su conjunto deviene productiva en una realidad temporal que, lejos de distinguir entre un antes y un después, dibuja una continuidad de actividades, posiciones y tiempos flexibles que determinan un constante ejercicio mercantilizado de producción de valor. El *devenir* no es lo mismo que el *ser*: uno no es un tiempo trabajador y otro consumidor, actor por un rato y espectador por otro, no hay posibilidad de separar un pasado de un futuro, uno *deviene* ambas cosas en la figura de un trabajador digital que opera como *prosumidor* y *produsuario*. El *tiempo-devenir* determina una existencia híbrida de *cuasi-objetos* y *cuasi-sujetos* que dificulta todo proceso de dicotomización (Serres, 1991). Desde este prisma, podríamos distinguir con Zarifian entre una *sociología de la regulación y de la identidad del trabajo* y una *sociología del trabajo como devenir*. La primera viene definida por una búsqueda del orden y la coherencia, la segunda explora el desorden, la incoherencia y la pérdida de identidad.

c) Invisibilización por socialización:

El carácter productivo del trabajador digital hace que el trabajo se socialice hasta desbordar el estricto marco de los actores productivos formalmente reconocidos como tales: cuando los usos y consumos digitales devienen producción, el usuario de las plataformas digitales se convierte en un trabajador invisible que realiza una prestación no reconocida ni remunerada. Igualmente, cuando se pone a trabajar el conjunto de los tiempos y los espacios de la existencia del sujeto, implicando con esa acción al cúmulo de interacciones que componen su vida social, la producción alcanza un nivel de socialización sin límite ni medida. Como hemos señalado en páginas anteriores, las condiciones de la producción digital y prosumidora coinciden

directamente con las condiciones sociales de producción y reproducción de la sociedad misma: el trabajo se invisibiliza y se confunde con el vivir.

Las tres dimensiones de invisibilización del trabajo que acabamos de describir se conectan con una suerte de *continuum* histórico en el que se inscribe el despliegue del trabajo invisible en nuestras sociedades. Conviene apuntar que hacemos uso de la noción de *continuum* no con un sentido teleológico, ni para dar cuenta de una percepción lineal del desarrollo, sino desde una pauta analítica que apunta movimientos paradójicos en el tiempo que funcionan como rupturas y conflictos marcados por una cierta continuidad lógica. Desde este punto de vista, podemos describir cuatro generaciones diferentes de trabajo invisible que se han desplegado con mayor o menor intensidad en la últimas cuatro décadas.¹⁸

1. *Un trabajo invisible de primera generación* como producto de los intensos procesos de reestructuración productiva que desembocaron en el desmantelamiento de la gran fábrica y en la imposición hegemónica del modelo de la *producción ligera*, que hace referencia a una modificación radical en la estructura de la organización empresarial a través de la flexibilización de los procesos productivos, la externalización de enteros segmentos de la producción, la subcontratación de servicios y la reducción de inventarios y mercancías en stock a través de un permanente ajuste a la demanda en tiempo real (*Just in time*). Como ya sabemos, este modelo supone la invisibilización de los procesos productivos a partir de su liofilización y su diseminación por el territorio.
2. *Un trabajo invisible de segunda generación* que se relaciona con el carácter productivo del trabajo de reproducción que fue puesto de relieve por el movimiento feminista a partir de los años setenta del pasado siglo. Así, esta segunda generación de trabajo invisible hace referencia fundamentalmente a la condición no reconocida ni remunerada del trabajo doméstico y de cuidados, concebido tradicionalmente como esfera de la reproducción y, por lo tanto, catalogado como no productivo y excluido por naturaleza de la relación salarial. Como el movimiento y la teoría feminista se han encargado de demostrar, el capital no se despliega simplemente a partir de una relación salarial de trabajo, sino que se sostiene por una relación dual de trabajo: *asalariado* en la producción y *no asalariado* en la reproducción (Fortunati, 1995). La invisibilidad histórica del trabajo de la mujer se deriva de este desequilibrio en el reconocimiento del trabajo de reproducción, punto de origen de la discriminación del mismo.
3. *Un trabajo invisible de tercera generación* que hace referencia al universo del denominado trabajo sumergido, como esfera invisible de todos aquellos procesos de producción que se sustraen a uno o más aspectos de la economía

¹⁸ Bajo la dirección del profesor Juan José Castillo, el Grupo de Investigación ‘Charles Babbage’ en Ciencias Sociales del Trabajo de la UCM ha venido desarrollando desde hace años una tarea continuada de investigación del fenómeno del trabajo invisible en España. El proyecto “El trabajo invisible en España: una evaluación y valorización del trabajo realmente existente, de su condición, problemas y esperanzas”, financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y dirigido por el propio Castillo dio cuenta del estado de la cuestión en la primera década del siglo. Una descripción de los casos de estudio recogidos en este proyecto se puede ver en: Castillo, 2003; Castillo, 2005. Esta misma revista dedicó íntegramente su número 45 (primavera 2002) al fenómeno del trabajo invisible.

- formal, entendida como el conjunto de procesos de producción e intercambio de bienes y servicios regulados por el mercado y realizados típicamente por empresas industriales y comerciales con fines lucrativos, que actúan con arreglo a las normas del derecho comercial, fiscal y laboral (Bagnasco, 1988).
4. Un *trabajo invisible de cuarta generación* constituido por las pautas actuales de bioproducción en el contexto histórico de un *biocapitalismo* (Codeluppi, 2008) que, además de producir valor extrayéndolo de la vida humana (*zoe*), subsume el conjunto de relaciones y esferas espacio-temporales que componen la vida social (*bios*).¹⁹ Se trata de una verdadera mutación que afecta a la cualidad misma de una acumulación de capital que ya no bascula tanto en la inversión en capital constante y en capital variable (salario), como en la inversión en dispositivos de producción y captación del valor producido en el exterior de los procesos reconocidos formalmente como productivos (Marazzi, 2009). Como hemos puesto de manifiesto con el análisis de la figura del produsuario de la red social Facebook, el plusvalor se genera sobre todo del ahorro de los costes del trabajo en la medida en que éste resulta externalizado a unos usuarios que devienen productores y, al mismo tiempo, son *comodificados* mediante un procedimiento algorítmico para su comercialización como datos.²⁰ La cantidad de plusvalor que producen estos nuevos dispositivos de extracción del valor es inmensa y descansa en toda una galaxia invisible de trabajos que generan: (a) una descomunal reducción del salario directo e indirecto, puesto que la invisibilidad implica carencia absoluta de reconocimiento, remuneración o estatuto; y (b) la creación de una cuenca de trabajo gratuito que pone a producir la esfera de la circulación y del consumo (Marazzi, 2009). Tal y como hemos analizado ya, este trabajo digital de los produsuarios dibuja una realidad bioprodutiva que coloniza por completo tanto la vida hecha de facultades genéricas de carácter mental, lingüístico y emocional (*zoe*), como el vivir compuesto por una socialidad siempre difusa y confeccionada a base de relaciones e interacciones, de formas de vida y de disposiciones éticas (*bios*), en definitiva, la explotación integral de las personas.

Las cuatro generaciones de trabajo invisible que acabamos de proponer abren el análisis a un campo complejo y eminentemente político, habitado por diversas problemáticas de calado social y cuya comprensión requiere de modificaciones conceptuales, epistemológicas y existenciales. Pese a que no nos ocuparemos en este texto del análisis de estas problemáticas, pues el objeto del mismo es otro, sí apuntaremos brevemente un elemento que consideramos clave a partir de la relación entre la conversión del conjunto de la vida en trabajo, tal y como pone de manifiesto la cuarta modalidad de trabajo invisible que hemos expuesto, y la obtención de renta por parte

¹⁹ Para una análisis de la distinción entre *zoe* y *bios* se puede ver: Agamben, 1995.

²⁰ Por *comodificación* se entiende en sentido amplio la conversión en mercancía (*commodity*, en lengua inglesa) de un bien común o de una relación. En última instancia, la comodificación implica procesos de transformación de las relaciones sociales en relaciones de intercambio mercantil. Marx y Engels (1970) hacen referencia con tal categoría a toda conversión a “cruel pago en efectivo” (“callous cash payment”). Marx también suele usar el concepto de *commodification* en su descripción de la conversión del proceso laboral concreto en trabajo abstracto. Todo proceso de comodificación implica un proceso de conversión de las relaciones en objetos, es decir, la puesta en juego de mecanismos de segregación de dichas relaciones de los contextos físicos y socioculturales en los que se generan.

de las personas. La premisa de la que partimos en este sentido es que cuando la vida en su conjunto, incluyendo las actividades formalmente concebidas como ocio, se muestra cada vez más como trabajo, resulta pertinente la reflexión y el debate en torno a la retribución por ese trabajo, es decir, la remuneración del vivir.

Desde hace años, la remuneración del vivir ha sido, precisamente, la base de las teorizaciones y reivindicaciones en torno a la propuesta de una *renta básica de ciudadanía* (Fumagalli, 1999; Raventós, 2001 y 2007; Van Parijs y Vanderborght, 2006) o de una *biorenta* (Marazzi y Corsani, 2007), entendidas como un acceso a la moneda de carácter universal, incondicional e independiente de cualquier prestación laboral formal por parte de las personas.²¹ En la base de la propuesta de una biorenta se encuentra el análisis de un desplazamiento de la relación capital/trabajo hacia una relación de tipo capital/vida, a partir de la constatación de la emergencia de una pauta de acumulación que coloca en el corazón de la valorización capitalista el conjunto de las actividades de las personas consagradas a su reproducción, dibujando un contexto en el que un verdadero trabajo, invisible pero productor de valor, invade tendencialmente la totalidad de la existencia, incluyendo sus consumos y actividades de carácter lúdico.

La propuesta de una biorenta, por tanto, emerge como consecuente reconocimiento de esta colonización de la vida por parte del trabajo, es decir, como contraparte de una productividad que se deriva del hecho mismo de vivir (Corsani, 2007)²². Tal y como ponen de manifiesto las realidades de los prosumidores que habitan las redes sociales digitales, se hace definitivamente necesario un desplazamiento de la noción de trabajo productivo que rompa con las concepciones tradicionales acerca del mismo. Es, precisamente, este necesario desplazamiento el que justifica no sólo la reivindicación de una remuneración del vivir, sino una conceptualización del trabajo que alargue definitivamente sus contornos más allá de las relaciones salariales.

Bibliografía

- Agamben, Giorgio (1995), *Homo sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, Torino, Einaudi.
Bagnasco, Arnaldo (1988), *La costruzione sociale del mercato. Studi sullo sviluppo di piccola impresa in Italia*, Bologna, Il Mulino.

²¹ Autores como Van Parijs, Vanderborght y Raventós han fundamentado su propuesta de renta básica con principios de calado eminentemente ético y filosófico, ligados a la noción de libertad como autogobierno pleno o a la diferencia entre una libertad de carácter formal y una libertad real que requiere de una base material garantizada para su existencia. Otros autores, como Fumagalli, Marazzi o Corsani, han ligado directamente su propuesta de renta básica a la cualidad bioeconómica de un emergente modelo de acumulación de capital que, entre otras cosas, coloca en su centro la conversión integral de la existencia en trabajo. Si el primer campo de conceptualización y reivindicación de la remuneración del vivir posee una naturaleza humanista, el segundo opera en los términos de una racionalidad (bio)sindical, entendiendo la renta básica como remuneración del trabajo, es decir, como una suerte de nuevo paradigma salarial.

²² En 1972, feministas como Selma James, Brigitte Galtier, Mariarosa Dalla Costa o Silvia Federici crearon *The International Wages for Housework Campaign*, una iniciativa que colocaba en el centro del análisis y de la acción política la pertinencia de remunerar el trabajo doméstico a partir de la cualidad netamente productiva de la reproducción. En 2014, la artista neoyorquina Laurel Ptak se inspiró en el movimiento feminista de los años setenta para lanzar la campaña *Wages for Facebook* (<http://wagesforfacebook.com>), una iniciativa digital destinada a la sensibilización en torno al carácter netamente productivo de la socialidad generada en los entornos digitales, así como de la condición de trabajadores digitales de los habitantes de la red social Facebook.

- Berardi, Franco (2007), *El sabio, el mercader y el guerrero. Del rechazo al trabajo al surgimiento del cognitariado*, Madrid, Acuarela Libros y Antonio Machado.
- Booth, Robert (2014), "Facebook reveals news feed experiment to control emotions", en *The Guardian*. Fecha de consulta: 15/10/2017.
- Bruns, Axel (2008), *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Production*, New York, Peter Lang.
- Callejo, Javier (1994), "Modelos de comportamiento del consumidor: a propósito de la motivación", en *Política y Sociedad*, nº 16 (mayo-agosto): 93-110.
- Cardon, Dominique y Casilli, Antonio (2015), *Qu'est-ce que le Digital Labor?* Paris, Ina Editions.
- Castillo, Juan José (2003), *En la jungla de lo social. Reflexiones y oficio de sociólogo*, Buenos Aires, Miño y Dávila.
- Castillo, Juan José (Dir.) (2005), *El trabajo recobrado. Una evaluación del trabajo realmente existente en España*, Buenos Aires, Miño y Dávila.
- CEPAL (2016), *Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016*, Santiago de Chile, Naciones Unidas.
- Chirayath Janah, Leila (2010), "The Virtual Assembly Line", en *The Huffington Post*, 26/5/2010. Consultado el 15/10/2017.
- Codeluppi, Vanni (2008), *Il biocapitalismo. Verso lo sfruttamento integrale di corpi, cervelli ed emozioni*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Corsani, Antonella (2007), "Conditions nécessaires pour l'émergence de multiples récits du monde. Penser le revenu garanti à travers l'histoire des luttes des femmes", en *Multitudes*, nº 27: 43-55.
- Cuen, David (2012), "¿Por qué compartimos información en redes sociales?", *BBC Mundo*, 12/12/2012. Consultado el 15/10/2017.
- Dardot, Pierre y Laval, Christian (2009), *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*, Paris, Éditions La Découverte.
- De La Boétie, Étienne (2016), *Discurso de la servidumbre voluntaria*, Barcelona: Virus Editorial.
- Deleuze, Gilles (1999), "Post-scriptum sobre las sociedades de control". *Conversaciones*. Gilles Deleuze, Valencia: Pre-textos: 277-286
- Deleuze, Gilles (2005), *Lógica del sentido*, Barcelona: Paidós.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix (1994), *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Valencia: Pre-textos.
- Dujarier, Marie-Anne (2016), "Digital labor, travail du consommateur: quels usages sociaux du numérique?", en *Ina Global*, revista digital internacional sobre las industrias creativas y los media del Institut National de l'Audiovisuel (Francia). Consultado el 15/10/2017.
- eMarketer (2016), "Latin America Loves Facebook". *eMarketer: Data and Research on Digital for Business Professionals*. Consultado el 15/10/2017.
- Fortunati, Leopoldina (1995), *The arcane of Reproduction. Housework, Prostitution, Labor and Capital*, New York, Autonomedia.
- Foucault, Michel (2004), *Naissance de la Biopolitique: Cours au Collège de France, 1978-1979*, Paris, Éditions du Seuil/Gallimard.
- Fuchs, Christian (2014), *Digital Labour and Karl Marx*, New York, Routledge.
- Fumagalli, Andrea (1999), "Dodici tesi sul reddito di cittadinanza", en *Tute Bianche. Disoccupazione di massa e reddito di cittadinanza*, Andrea Fumagalli e Maurizio Lazzarato (A cura di), Roma, Derive Approdi.
- Fumagalli, Andrea (2005), "Lo spazio come eternalità in via di estinzione: terziarizzazione

- e lavoro cognitivo”. S.I.E. - XLVI Riunione Annuale. Napoli. Consultado por última vez el 15/10/2017
- Gandini, Alessandro (2016), *The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society*, London, Mcmillan Publishers.
- Guattari, Félix (1996), *Las tres ecologías*, Valencia, Pre-Textos.
- Ibáñez, Jesús (1985), *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*, Madrid, Siglo XXI.
- DC and Open Evidence (2017), *European Data Market. SMART 2013/0063. Final Report*. Disponible en <https://miffy.me/Hh5K> (Última consulta: 5 de octubre de 2018)
- Kiossev, Alexander (2011), “The Self-Colonizing Metaphor”, en *Atlas of Transformation*. Consultado el 15/10/2017.
- Lazzarato, Maurizio (2008), “Postfacio”, en *Mil máquinas. Breve filosofía de las máquinas como movimiento social*, Gerald Rauning, Madrid, Traficantes de sueños.
- Linchuan Qiu, Jack (2016), *Goodby iSlave. A Manifesto for Digital Abolition*, Chicago, University of Illinois.
- Marazzi, Christian (2009), *Finanza bruciata*, Bellinzona, Edizioni Casagrande.
- Marazzi, Christian et Corsani, Antonella (2007), “Biorevenu et socialisation de la monnaie”, en *Multitudes*, núm. 27.
- Marx, Karl (1997), *Elementos Fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse)*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Marx, Karl y Engels, Friedrich (1970), *The Communist Manifesto*, New York, Pathfinder.
- Patterson, Orlando (1982), *Slavery and Social Death: A Comparative Study*, Cambridge, Harvard University Press.
- Pine, Joseph y Gilmore, James H. (1998), “Welcome to the experience economy”. *Harvard Business Review*, num. 76, July-August. Consultado el 15/10/2017.
- Postone, Moishe (2006), *Tiempo, trabajo y dominación social: una reinterpretación de la teoría crítica de Marx*, Madrid, Marcial Pons.
- Raventós, Daniel (Coord.) (2001), *La Renta Básica. Por una ciudadanía más libre, más igualitaria y más fraterna*, Barcelona, Ariel.
- Raventós, Daniel (2007), *Las condiciones materiales de la libertad*, Barcelona, El Viejo Topo.
- Rolle, Pierre (1988), *Bilan de la Sociologie du travail. Tome I: Travail et salariat*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Scholz, Trebor (Ed.) (2013), *Digital Labor. The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge.
- Scholz, Trebor (2016), *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*, New York, Rosa Luxemburg Foundation.
- Slee, Tom (2016), *What's yours is mine: Against the Sharing Economy*, Toronto, Between the Lines.
- Share Foundation (2016a), “Immaterial Labour and Data Harvesting. Facebook Algorithmic Factory (1)”, August 21. Consultado el 15/10/2017.
- Share Foundation (2016b), “Human Data Banks and Algorithmic Labour. Facebook Algorithmic Factory (2)”. August 20. Consultado el 15/10/2017.
- Serres, Michel (1991), *El contrato natural*, Valencia, Pre-Textos.
- Simmel, Georg (1997), *La socievolezza*, Roma, Armando Editore.
- Statista (2017), “Forecast of Facebook user numbers in Spain 2015-2022” y “Facebook: online penetration in Spain 2014-2018”. Consultado el 28/03/2018.

- Sundararajan, Arun (2016), *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*, Cambridge, MIT Press.
- Todorov, Tzvetan (1984), *The Conquest of America. The Question of the Other*, New York, Harper Collins Publishers.
- Van Parijs, Philippe and Vanderborght, Yannick (2017), *Basic Income: A Radical Proposal for a Free Society and a Sane Economy*, Cambridge, Harvard University Press.
- Williams, Robert W. (2005), "Politics and Self in the Age of Digital Re(pro)ducibility". *Fast Capitalism*, 1(1). Consultado el 15/10/2017.
- Zarifian, Philippe (2001), *Temps et modernité. Le temps comme enjeu du monde moderne*, Paris, L'Harmattan.
- Zarifian, Philippe (2012), *Sociologie du devenir. Éléments d'une sociologie générale*, Paris, L'Harmattan.