

Repensar los modelos abiertos en el capitalismo informacional

Rethinking open models in informational capitalism

Agustín Zanotti

<https://orcid.org/0000-0002-7662-7593>

Centro de Investigaciones y Estudios en Cultura y Sociedad,
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
agustinzanotti@gmail.com

[LUND, Arvid & ZUKERFELD, Mariano. *Corporate Capitalism's Use of Openness: Profit for Free?* London, Palgrave Macmillan, 2020.]

Fecha de recepción: 26 de julio de 2020. Fecha de dictamen: 21 de setiembre de 2020. Fecha de aceptación: 24 de setiembre de 2020.

Corporate Capitalism's Use of Openness: Profit for Free? ha sido recientemente publicado por Arvid Lund y Mariano Zukerfeld. El primero desde el Departamento de Ciencias Culturales de la Universidad Linneo (Suecia) y el segundo desde el Centro Ciencia, Tecnología y Sociedad de la Universidad Maimónides (Argentina) convergen en una lectura de economía política crítica sobre las plataformas digitales, en un contexto signado por el creciente peso de las corporaciones y la apropiación de diferentes formas de trabajo digital.

Ambos autores cuentan con trayectoria de trabajo de campo y reflexión teórica. En el caso de Lund, su libro *Wikipedia, Work and Capitalism: A Realm of Freedom?* (2017) plantea un análisis sobre la versión sueca de la enciclopedia libre, en la cual participó activamente. Su indagación permite observar cambios más generales en las actividades productivas mediadas por plataformas digitales, las cuales adquieren connotaciones vinculadas al juego, el tiempo libre y el ocio.

En el caso de Zukerfeld, destacamos *Obreros de los bits: conocimiento, trabajo y tecnologías digitales* (2013), donde analiza tendencias en diferentes industrias. La

problematización del trabajo informacional, los procesos productivos, mecanismos de disciplinamiento y poder, son algunos de sus tópicos centrales. Las regulaciones capitalistas mediante formas de propiedad intelectual y mecanismos de “apropiación incluyente”, sientan las bases de lo que será el nuevo libro.

El fenómeno de la producción descentralizada entre pares vio en el *software* libre uno de sus primeros casos de éxito, emulado años más tarde por Wikipedia y sus proyectos hermanos. Algunos analistas comenzaron a avizorar una relación conflictiva entre estas nuevas relaciones y el capitalismo. Esto se alimentaba de la crítica a la propiedad intelectual y la difusión de licencias libres¹, la piratería digital y la incapacidad de ciertas industrias culturales de adaptarse a nuevos patrones de consumo.

Advertimos recientemente en el campo un giro crítico, en ocasiones distópico, que se manifiesta en lecturas como *Capitalismo de plataformas* (2018), de Nick Srnicek, o *The age of surveillance capitalism* (2019), de Shoshana Zuboff, entre otras. A nivel regional, destacan *La jaula del confort* (2019), de Esteban Magnani, o *Acepto las condiciones...* (2019), de Cristóbal Cobo. La resignación de la privacidad, entrega de nuestros datos y manipulación sutil de nuestra voluntad a través de algoritmos invisibles, son algunos de los elementos destacados.

En simultáneo, se extiende una ideología californiana edulcorada en clave liberal de las posibilidades de “hacer del mundo un lugar mejor”². Como demuestran los autores, tal ideología formaría una amalgama con la Web 2.0 y los modelos de negocios abiertos, que ofrecen acceso gratuito a numerosos servicios y contenidos. Pero, ¿cuál es el problema con los negocios abiertos?

“Después de todo, las personas en Internet adoptan estas plataformas y se involucran libremente y con entusiasmo en el uso, contribución y producción de *software*, contenido y datos a través de ellos. A su vez, estas compañías siguen entregando aplicaciones nuevas y geniales que se están extendiendo rápidamente por todo el mundo; incluso los empleados están extremadamente contentos, ya que reciben no sólo salarios justos sino también reconocimiento por su «talento», espacios abiertos para nutrir su creatividad y todo tipo de beneficios”. (9; traducción propia)

Efectivamente, la apertura vino a reemplazar los modelos cerrados o propietarios, basados en una estricta adhesión al *copyright* —los derechos de copia— y en tratar los bienes informacionales como si fueran bienes rivales, cuando en realidad no lo son. Desde la lectura del libro, se trató de una respuesta más bien defensiva y

“dependiente de la trayectoria” por parte de algunas corporaciones. Esta reprimía los nuevos valores tecnológicos, organizacionales y éticos en torno a los bienes y conocimientos informacionales y, por lo tanto, restringía más de lo que fortalecía las fuerzas productivas.

El problema radica en que, como reza la frase de internet, “cuando algo es gratis, el negocio eres tú”. Siguiendo dos conceptos marxistas fundamentales, los autores sostienen que la explotación y la alienación no han desaparecido en los modelos abiertos, sino que se han actualizado para amoldarse al capitalismo cognitivo. De hecho, son la piedra angular de los modelos abiertos.

Una parte notable de los ingresos y las ganancias de estas empresas se generan en actividades no remuneradas, llevadas a cabo por millones de personas. Proviene además del procesamiento de sus datos personales, los cuales son utilizados para capturar y redirigir su atención en forma de anuncios y publicidad. La atención se vuelve aquí un recurso valioso, en la medida en que es limitado y escaso, tal como fuera anticipado por Simon (1971).

El hecho de que las corporaciones capitalistas se beneficien del trabajo no remunerado, el conocimiento y el afecto tiende a pasarse por alto. Los conflictos se niegan o minimizan en favor de las sinergias entre actores públicos y privados, productores y propietarios de plataformas, y proyectos basados en bienes comunes. Para ello, el análisis ideológico aparece como una dimensión fundamental, que permite desenmascarar la explotación y la alienación subyacentes.

Para comprender estos procesos, es necesario precisar algunas nociones que pueden parecer similares. Los autores reflexionan sobre los alcances de términos como trabajo inmaterial, trabajo digital, producción entre pares, *produuarios*, *contribuarios* y usuarios. ¿Realmente deberían considerarse trabajo estas actividades tan emparentadas con el *amateur*, el tiempo libre y el entretenimiento? Ello implica una reconstrucción de los actores sociales y flujos presentes en las plataformas digitales, ya sea con o sin fines de lucro.

¿Cómo obtener ganancias de lo abierto?

Para responder el interrogante central de la investigación, se proponen analizar casos de éxito. Ellos incluyen a Red Hat, la compañía emblema del *software* libre; Elsevier, el jugador más grande del mercado de publicación académica abierta; Coursera, la

plataforma MOOC (*Massive Open Online Courses*) con mayor éxito comercial; y YouTube, el líder indiscutible en las plataformas de video de acceso libre. Si bien cada uno ha sido considerado en varios aspectos, el libro aporta un esfuerzo de integración a partir de una matriz común.

El modelo comercial de Red Hat se centra en su distribución Linux, llamada *Red Hat Enterprise Linux* (RHEL). Se estima que es la tercera distribución más popular en el segmento de servidor o nube. La compañía fue adquirida en 2018 por IBM por 34.000 millones de dólares. Una gran parte de este beneficio proviene de una comunidad Fedora, que consta de colaboradores asalariados y no remunerados. Si bien los módulos de *software* tienen licencias libres o abiertas, Red Hat utiliza acuerdos de trabajo y su marca registrada, lo que le permite ofrecer una variedad de servicios asociados. La compañía también moviliza estrategias de gobernanza para adaptar la comunidad a sus necesidades.

Elsevier es uno de los principales editores comerciales de literatura científica, técnica y médica. Su modelo de negocios fue mutando en los últimos años, hasta llegar a autodenominarse una editorial líder de Acceso Abierto. En 2017, se presentaron 1,6 millones de trabajos de investigación. 20.000 editores, junto con más de 800.000 revisores pares no remunerados, gestionaron el proceso de revisión y selección de artículos para publicar. Si bien su negocio principal continúa siendo el pago de suscripciones, una parte se reconvirtió en Cargos por Procesamiento de Artículos (APC) o un mix entre ambos en revistas de acceso abierto híbridas. Es decir, en lugar de cobrar a los lectores para acceder, cobra a los autores para publicar.

Si bien hay varios MOOC sin fines de lucro, Coursera tiene finalidades comerciales. La plataforma ofrece cursos, programas y grados, gratuitos y de pago. Otorga además servicios y certificación para individuos y clientes corporativos. Las ganancias se basan en cierta medida en el conocimiento no remunerado entregado por los profesores a través de clases en línea. En la mayoría de los casos, se paga una vez por estas clases y no reciben ningún pago adicional a pesar de que se transmiten varias veces. Universidades y empresas se asocian a Coursera como marca registrada a cambio de ingresos.

YouTube es el segundo sitio de Internet más grande por tráfico. En enero de 2019 transmitía unos 5.000 millones de videos cada día, subidos por alrededor de 50 millones de “creadores” en todo el mundo. Los anuncios son la principal fuente de ingresos, aproximadamente 20 mil millones de dólares durante 2018. Una parte de

este dinero se comparte con los autores de videos a partir de una cierta cantidad de reproducciones. YouTube tiene un programa de “socios” que ofrece servicios a los productores, a partir de la explotación de datos y la atención de usuarios.

Esta brevísima descripción permite entrever procesos de monetización complejos y dinámicos. Los casos analizados tienen en común que combinan la apertura con “*enclosures*” en lugares estratégicos de sus modelos de negocios, para de este modo asegurar sus ganancias. Se trata en definitiva de modelos híbridos, con componentes abiertos y cerrados. La monetización es la variable que exhibe más diversidad. Los modelos basados en publicidad son los más conocidos, pero existen otros: cobrar por *software* y servicios relacionados, cobrar por la atención, cobrar por el reconocimiento.

La retórica de la apertura, simplificada en la expresión “*open washing*”, cumple en todos los casos una función ideológica y legitimante. Invocando un sentido de comunidad moral y social, aumenta la disposición de los productores a renunciar a su contenido y disfraza los procesos de mercantilización.

Políticas para fortalecer los comunes

La obra concluye con un esfuerzo de sistematización y balance de políticas para moderar el peso de las corporaciones en la apropiación del trabajo digital y los bienes comunes. Sugieren circuitos de retroalimentación entre actores sin fines de lucro y el Estado para contrarrestar el avance neoliberal. Las propuestas incluyen cuatro dimensiones: economía, infraestructura técnica, regulación legal y plataformas alternativas.

Para empezar, se analizan propuestas de impuestos a las corporaciones, que puedan ser reintegrados a los usuarios-productores por sus aportes. También la implementación de sistemas de micropagos. En relación a la propiedad de los datos y sus posibilidades de ser mercantilizados, se plantean diferentes posiciones. Otras alternativas más generales, como la renta básica universal, también han sido enunciadas.

Otro componente fundamental es la infraestructura. En este sentido, se resalta la necesidad de nivelar las posibilidades de tráfico para actores públicos y no comerciales, favorecer la radicación local de servidores que almacenan contenidos y promover el reconocimiento de internet como derecho humano fundamental. Además,

se considera la promoción de licencias *copyleft* de *hardware*, así como la regulación del grado de revelación de algoritmos. Se propone una familia de licencias *Commoners*, donde la distinción entre usos con o sin fines de lucro resulta fundamental.

Esto debería complementarse con políticas de apoyo para el sector cooperativo, la producción entre pares de bienes comunes y las plataformas estatales. Las propuestas intentan articular una serie de iniciativas preexistentes, las cuales convergen en un marco de acciones coordinadas para fortalecer los bienes comunes digitales.

Para quienes transitamos la revolución informacional desde la euforia hacia el desencanto, el libro estimula una reflexión crítica que permite avizorar nuevas prácticas y demandas. Siguiendo a Feenberg (2019), el horizonte de desarrollo de internet como red, mundo de la vida, co-construcción y modo de gobernanza, no está todavía clausurado.

Referencias bibliográficas

COBO, C. (2019). *Acepto las condiciones: usos y abusos de las tecnologías digitales*. Madrid: Fundación Santillana.

FEENBERG, A. (2019). "The Internet as network, world, co-construction, and mode of governance". *The Information Society*, 35-4, 229-243.

LUND, A. (2017). *Wikipedia, Work and Capitalism: A Realm of Freedom?* London: Palgrave Macmillan.

MAGNANI, E. (2019). *La jaula del confort: big data, negocios, sociedad y neurociencia. ¿Quién toma tus decisiones?* Buenos Aires: Autoría.

SIMON, H. (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World. En M. Greenberger (ed.), *Computers, Communication, and the Public Interest*, pp. 37-72. Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press.

SRNICEK, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

ZUBOFF, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs.

ZUKERFELD, M. (2013). *Obreros de los bits: conocimiento, trabajo y tecnologías digitales*. Bernal, Provincia de Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

Notas

¹ Las licencias libres ceden a los usuarios los derechos para acceder, copiar, distribuir y modificar los trabajos licenciados. La licencia original de *copyleft* fue la licencia pública general (GPL) de la Free Software Foundation, presentada en 1989. Su carácter viral implica que toda obra derivada deberá mantener los mismos términos, generando un acervo de *software* no susceptible de ser clausurado o privatizado. Esta posición radical fue desafiada en 1998 por la definición de código abierto de la Open Source Initiative. Posteriormente, el conjunto de seis licencias Creative Commons (CC) se introdujo en 2002, extendiéndose a una diversidad de obras culturales.

² Expresión cliché que ironiza sobre las intenciones altruistas de las empresas tecnológicas en la serie *Silicon Valley*, una representación acabada de la ideología californiana.