

# Capitalismo cognitivo y Sociedad de la Información: de la Innovación al Big Data

Igor Sádaba Rodríguez

Universidad Complutense de Madrid

Artículo recibido el 3 de mayo y aceptado el 12 de junio de 2016.

## RESUMEN

El Capitalismo cognitivo está íntimamente asociado a una serie de promesas que vehicula la Sociedad de la Información y el Conocimiento a través de discursos que encumbran la información y el desarrollo tecnológico de forma inigualable. Ello se ha construido históricamente a través de la idea de Innovación como único modelo de cambio social y como supuesta salida a las diferentes crisis capitalistas de las últimas décadas. Actualmente, las virtudes del Big Data, el gran magma de datos que producen las tecnologías digitales, se perfilan como nuevas soluciones naturales a las crisis financieras. Todo ello está preñado de un gran determinismo tecnológico y de una fetichización naturalista del desarrollo técnico. Sin embargo, la obsesión por el crecimiento del Big Data y la innovación tecnológica esconde en su interior el olvido del contexto social de tales fenómenos y bloquea cualquier apropiación ciudadana de lo tecnológico.

**PALABRAS CLAVE:** Capitalismo cognitivo; Innovación; Big Data; Determinismo tecnológico.

## ABSTRACT

### *Cognitive Capitalism and Information Society: from Innovation to Big Data*

Cognitive Capitalism is closely associated with a series of promises that conveys the Information and Knowledge Society through discourses that exalt the information and technological development in unmatched form. This has been historically built through the idea of Innovation as a unique model of social change and as alleged departure at various capitalist crises of recent decades. Currently, the virtues of Big Data, the great magma of data produced by digital technologies, are emerging as new natural solutions to the financial crisis. All this is fraught with a technological determinism and a naturalistic fetishization of technical development. However, the obsession with Big Data growth and technological innovation forgets the social context of such phenomena and blocks any citizen appropriation of technology.

**KEYWORDS:** Cognitive capitalism; Innovation; Big Data; Technological Determinism.

## Introducción

El “Capitalismo cognitivo” puede ser abordado desde diferentes enfoques y miradas. Generalmente ha sido tratado como un mero modelo económico alimentado por el ciclo digital o nutrido de las colaboraciones en red. Esto es, como un sistema productivo basado en la “inteligencia colectiva y conectada” (VV.AA., 2004). También ha

sido conceptualizado a través de todos los mecanismos que privatizan y mercantilizan dicho conocimiento. En nuestro caso, el interés está en visualizarlo más bien como un paradigma íntimamente asociado a las promesas de una Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) que encumbra la información y el desarrollo tecnológico de forma inigualable como valores (económicos). La evolución inexorable de las infraestruc-

turas técnicas, se nos anuncia, proveerá de una futura abundancia en conocimiento por encima de cualquier otro factor, garantizando un crecimiento ilimitado.

Esta retórica promisoriosa se ha construido históricamente a través de una serie de tópicos entre los que destacó, en un inicio, la idea de Innovación. Dicho término se ha instalado en el vocabulario cotidiano como el único modelo de cambio social y como supuesta salida a las diferentes crisis económicas de las últimas décadas. Desde 1973 hasta las turbulencias actuales, la mitología neotecnológica (innovar a cualquier precio) ha ido creciendo como valioso horizonte de soluciones y modelo de bienestar social. Con posterioridad, las esperanzas del Big Data, el gran magma de datos que produce el digitalismo y la actuación empresarial, junto con esas figuras heroicas denominadas emprendedores, se perfilan como curas naturales a las crisis financieras. Ante los bloqueos y atolladeros del capitalismo globalizado, las opciones individuales y tecnológicas se postulan como las únicas posibles. Más allá de su corrección, adecuación o éxito, pareciera que no pueden pensarse otro tipo de opciones o políticas posibles. Si algo se puede llamar Capitalismo cognitivo también son todos esos relatos que engrasan los dispositivos económicos y facilitan que la economía funcione como lo hace. En este artículo nos interesa centrarnos en estos “discursos del presente” (Alonso y Fernández, 2013) para desvelar las posturas que mantienen este modelo socioeconómico a pleno rendimiento.

Posturas que, por cierto, y dando un paso más, están preñadas de un gran determinismo tecnológico en su versión contemporánea y sutil. Tal determinismo, el hecho de considerar el desarrollo técnico como ente autónomo e independiente, sombrea y ningunea las condiciones institucionales, políticas y sociales que permiten apropiarse de las tecnologías y hacer uso de ellas. Por todo ello, una supuesta carrera natural y neutra de hipertecnologización se nos presenta casi como la única utopía capitalista donde mercados y artefactos nos convertirán a todos en individuos libres y plenos. La obsesión por el crecimiento y la

innovación tecnológica esconde en su interior el olvido del contexto social de tales fenómenos. Frente a ello, se podrían colocar los intentos de muchos grupos políticos y ciudadanos por hacer un uso transformador y potencialmente subversivo o democrático de las mismas. Por todo ello, una de las conclusiones que pretendemos apuntar es que precisamente el Capitalismo cognitivo se sostiene sobre concepciones casi religiosas de la tecnología, presentando un mundo donde la relación que establecemos con el espacio técnico es problemática para una visión emancipadora.

### **La Sociedad de la Información y el Conocimiento y el Capitalismo cognitivo, una huida hacia adelante**

Pensar la historia de las tecnologías ha solido convertirse en un ejercicio de descripción pormenorizada de minucias técnicas y supuestas anécdotas. Si bien son datos relevantes, en ocasiones, dichos esfuerzos genealógicos deberían hacer aflorar las relaciones de cada tecnología con su entorno social y no tanto consigo mismas. En ese sentido, aquello que denominamos Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), a pesar de la ubicuidad y presencia abrumante en el vocabulario cotidiano, tiene apenas unas décadas. Como diría un autor famoso, las nuevas tecnologías como esperanza de progreso son un invento reciente. El contexto en el que surge dicho término no es un remanso de libertad, emancipación o propuestas alternativas sino de la maquinaria de la modernización capitalista occidental del siglo XX. En ese marco, la llegada inicial del ciclo tecnológico-digital conllevaba al menos dos grandes promesas.

En primer lugar, Mattelart nos recuerda que, más allá de dónde hayan llegado finalmente esos procesos o dispositivos, el universo de la comunicación, desde el siglo XIX hasta ahora, está preñado de utopías y distopías, de proyectos políticos futuros y de sugerentes diseños sociales funcionales a diversos momentos históricos (Mattelart, 2001). La tecnología no es meramente un

cachivache o dispositivo, sino también los imaginarios sociales que le acompañan y le dan sentido. En concreto, el autor francés nos habla del “envite geopolítico” que se abre tras la caída del muro y la irrupción de las tecnologías digitales como impulso a cierto capitalismo “sin mediadores, sin muros, sin leyes y sin fricciones”. De alguna manera, tras la guerra fría y el eterno enfrentamiento militar entre bloques, la apertura a un planeta hiperconectado representaba una promesa de “sociedad civil global” muy tentadora. No es extraño pensar, como ha ocurrido en otros momentos históricos, que un nuevo medio de comunicación sea percibido como un proyecto cosmopolita que tiene la posibilidad de unificar y pacificar las diferentes corrientes planetarias gracias a un mayor entendimiento.

Por otra parte, en los años 1980, las redes telemáticas que despuntaban no eran un simple medio para intercambiar información sino también una auténtica propuesta y garantía de mejora y solución a los vaivenes de los mercados desbocados. Dicho de otra forma, el mundo que se abre a finales del siglo XX, al calor de la introducción masiva de tecnologías digitales, se construye también con las economías occidentales de medio mundo pasando por baches o perturbaciones.

Como logo imaginado, la SIC, por tanto, no solo sellaba las heridas de la bipolaridad política sino que venía a parchear también los aprietos que arrancaban en el patrón oro y en la crisis del petróleo de 1973 y que habían dejado “tocados” los PIBs y el modelo de crecimiento de las grandes potencias. En tal situación, la fe en que la tecnología proveería de una salida coordinada a una crisis de productividad y a las altas tasas tanto de inflación como de desempleo en el mundo occidental rubricó una suerte de consenso bajo un término fabricado y acuñado en despachos y mesas de expertos. La SIC sería el nuevo modelo de sociedad reticular interconectada que reduciría el paro estructural y administraría una salida turbo a los cuellos de botella industriales de los años 1970. Es decir, se mataban dos pájaros de un tiro con el advenimiento de una nueva sociedad co-

nnectada: tanto se reducía la tensión geopolítica como se aflojaba la presión económica.

Por ello, si rastreamos, dicha terminología, la SIC, aparece por primera vez en los despachos occidentales y en instituciones internacionales (OCDE, UNESCO, UE, etc.) que diseñaban con tiralíneas un futuro esperable desde el que abordar las problemáticas del colapso fordista y la guerra fría. No en vano, el primero que utiliza el término de manera sistemática es Peter Drucker, un experto en las teorías del *management*, pero también otros autores de corte conservador como Daniel Bell. En tales circunstancias, las tecnologías digitales, que despuntaban, supusieron una sugerente y moderna promoción del progreso técnico. La SIC era un nuevo modelo que, saturado de neutralidad y eficiencia, conseguiría reducir las tasas de desempleo altas y equilibraría los PIBs a la baja, ayudando de esta manera a sostener las locomotoras industriales occidentales. De paso, proveería de un espacio de deliberación para los bloques militares y las culturas mundiales de manera que canalizaría conflictos y fricciones diplomáticas.

En ningún caso esto debe sonar a crítica furibunda. Resulta absolutamente normal y esperable pensar en ese momento que se estaba abriendo una ventana de oportunidad por parte de nuevas fuerzas tecnológicas que había que aprovechar. Las coyunturas esperanzadoras siempre son instantes en los que hay que tomar decisiones rápidas. Sin embargo, lo relevante es que comenzaron a reorganizarse dispositivos sociales y discursivos alrededor de dicha encrucijada. Es decir, comenzó a construirse la imagen de la SIC como representación social valorada y circulante sin apenas contextualización histórica o autocrítica. Ello trajo consigo una segunda idea que se podría extraer en el siguiente epígrafe. Se configuró inmediatamente un modelo de cambio social basado aparentemente solo en la innovación tecnológica como agente libre y autónomo por encima de cualquier consideración social o económica. Lo relevante, insistimos, es que el Capitalismo cognitivo también se alimenta de todas estas elaboraciones conceptuales y etiquetajes.

## Sociedad de la Innovación y la novedad tecnológica como cambio social favorito

“We worship at the church of innovation. We take it as an a priori good”.  
[Adoramos la religión de la innovación.  
La tomamos como un bien a priori]  
(James Boyle)

Lo que hemos denominado anteriormente como SIC implicaba varios cambios de marco cognitivo y político a diversos órdenes y no la simple aparición estrella de unas siglas convertidas en nuevo mantra. La SIC acarrea, por ello, no solo toda una nueva terminología sino una serie de operaciones sociales que van encajando varias nociones e imaginarios que ayudan a ponerla en circulación y dotarla de un sentido socialmente aceptado. Lo que, en la neolengua publicitaria, se conoce como *storytelling*, esa capacidad de generar relatos que atrapan y construyen una narración duradera donde los hechos encajan. La economía, y el capitalismo más aún, tienen una capacidad infinita de generar historias que doten de sentido a sus actuaciones, donde los individuos encuentren guías de actuación o marcos que les orienten.

Así, a lo largo de la constitución de la SIC, la palabra “Innovación” fue tomando cuerpo y una posición privilegiada tanto en el campo de la opinión pública como de los discursos políticos. En apenas un par de décadas, la Innovación se ha convertido en un cliché sociológico, en un remedio y cura milagrosa para cualquier tipo de crisis y en una palabra recurrente en la vida social. Nos encontramos ante un término muy positivamente connotado que busca reflejar, de alguna manera, los modelos de cambio social preferidos y ansiados. Sin embargo, la Innovación es un vocablo cuyo origen hay que buscarlo en el campo económico. Más en concreto en la rama de la industria y la propiedad industrial al calor del nacimiento de las grandes corporaciones a principios del siglo XX. La referencia a la innovación comenzó a funcionar como palanca legitimadora o motor filosófico de gran parte de los

sistemas económicos de la segunda mitad de siglo (ver, por ejemplo, el *Libro Verde de la Innovación*, editado por la Comisión Europea, 1995). En concreto, situamos la idea de innovación como uno de los ejes discursivos de las argumentaciones y retóricas que proyectan e impulsan al nuevo régimen económico global dentro del cual el Capitalismo cognitivo encuentra acomodo.

Además, la idea de innovación vino a sellar una SIC deseable, posible y cuya dirección de destino fuera admitida sin ambages. La innovación se construyó a lo largo de los años 80 y 90 como el cambio tecnológico que seguía la economía (o viceversa) y que apuntaba hacia un progreso siempre en positivo. De esta forma, la connotación enorme del término aupaba cualquier medida innovadora en detrimento de todo lo que no llevara dicho apellido. En esos años se consolidó con una presencia abrumadora e intensa el así denominado paradigma de la innovación. Independientemente de la posición en el mapa político, la disciplina o el enfoque, las dinámicas de innovación se muestran como soluciones integrales y únicas a los males o patologías sociales (culturales, científicas, económicas, tecnológicas, etc.). Entendiendo la innovación siempre como un modelo de cambio social o como un tipo ideal de transformación que aúna economía y conocimiento (eficacia e información) se convirtió en una fórmula ubicua (ver, por ejemplo, la idea de “Innovación social”). Su omnipresencia, como decimos, se ha hecho normativa, forzando e impulsando una cultura de la innovación que puede leerse en títulos como *Innovate or Die!: A Personal Perspective on the Art of Innovation*.

Recordemos que la innovación representa un modelo de cambio social basado en la novedad técnica o creativa, un supuesto adelanto original que aparece como útil y mejora, en algún sentido, las condiciones sociales de existencia. Pero “innovación” es, sin duda, un cajón de sastre que abarca realidades muy diversas que acaban igualadas (una innovación médica con una innovación militar). Así, se constituye un significante que, denotando algo tan vago y etéreo (innovar, inventar, copiar, difundir, etc.), se encuentra muy connotado positivamente,

al oponerse al estancamiento, a lo caduco u obsoleto (la retórica de la innovación corre paralela a la de modernización). De hecho, discursivamente la innovación se ha colocado como un a priori incuestionable, indiferente de la postura mantenida durante las discusiones o controversias examinadas. Lo que ha llegado al punto de que haya quien ha etiquetado nuestros tiempos como “Era creativa” y las nuevas competencias innovadoras como auténticas luchas de clases sociales (*“creative class struggle”*). En ese sentido, hemos alcanzado, tras un periplo variado durante el largo siglo XX, lo que podríamos denominar una auténtica “sociedad de la innovación”.

Si a cada época podemos adscribir un modelo de cambio social favorito, la Revolución, por suerte o por desgracia, parece ir perdiendo fuerza; debilitándose el protagonismo del que gozó. No constituye ya el cambio social predilecto. No cayó en los pozos del olvido pero quedó reducido al estandarte de pequeños grupos, fuera del consenso hegemónico, mucho más prudente y sosegado. Su lugar lo ocupó entonces este otro modelo de cambio social: la Innovación. Innovar ahora es el blanco de políticas y movimientos, el lugar que ansían países y organizaciones. Innovar es mejorar, es subir, es aumentar, es actualizarse y ponerse en cabeza de una carrera invisible. El futuro no es más revolucionario, es innovador. La revolución produce monstruos, como los sueños de la razón. La innovación, en cambio, se nos advierte, siempre camina en la dirección correcta. La receta cambió, en todas sus dimensiones, pero el plato que promete es similar a lo que nos ofrecía, en su momento, la revolución. El único cambio social que se busca, que se anhela, que se promueve masivamente, es aquel que conlleva la innovación. El progreso ya no pasa más, según voceros e intelectuales orgánicos, según diagnósticos y sensatos informes, por una dislocación social que ponga patas arriba el orden antiguo de una manera convulsa. Más bien, debe perseguirse una paulatina novedad que aumente la eficacia de lo existente. Pero, la “ideología de la innovación” no proviene de la nada, sino que transporta la historia que le precede, es la memoria de cri-

sis y sacudidas; y, más concretamente, fruto también, haciendo una pirueta materialista aquí, de las condiciones en que se producen. El boom tecnológico de finales del siglo XX ha sido alimentado por el imaginario innovador pero también ha nutrido al mismo hasta incrementarlo enormemente.

La Innovación, por tanto, brota de una posmodernidad que descubre las sociedades tecnológicas (posindustrialismo, etc.), enfocando su energía hacia un cambio a través de las máquinas. Si la Revolución justificaba movimientos políticos, obreros o ciudadanos decimonónicos (o de principios del siglo pasado), la Innovación va a legitimar otra manera de ver la realidad, la del cambio tecnológico y los paradigmas económicos emergentes de finales del siglo XX. Entre los cuales se halla, de manera preferente, eso que denominamos el Capitalismo cognitivo.

En un libro ya clásico en la sociología contemporánea, Robert Nisbet (1980) rastrea, desde el mismo Hesíodo o Esquilo hasta casi nuestros días, ese “optimismo trágico” que ha sido la idea de progreso en la cultura occidental y cómo esta permite comprender gran parte del espíritu moderno. Aquí mantenemos la hipótesis de que el fatalismo tecnológico moderno (o las “tecnologías de la trascendencia”, como las llama Noble, 1999, pp. 129-254) y la racionalidad económica han redibujado la idea de progreso. No ha desaparecido o muerto en el camino. En ningún caso ha sido engullida por las olas de la historia; más bien se ha transformado al calor del capitalismo global e hipertecnificado en la noción de innovación, nuevo ideograma que encarna sueños e ilusiones sociales. El concepto clásico de progreso, como tal, ha quedado estancado, atrapado en críticas furibundas e inconsistencias teóricas, pero su alma sobrevive en la esperanza innovadora actual. Aclaremos, no obstante, que, si bien la innovación (que deriva de “novedad”) no es lo mismo que el progreso (que tiene una connotación claramente positiva y evolucionista), sí es un discurso que, repetido hasta la saciedad, alberga en su interior la nueva versión camuflada de la vieja idea de progreso.

## El Big Data como gran oportunidad de negocio

Demos unos cuantos saltos en el tiempo y viajemos de los años bisagra entre el siglo XX y el siglo XXI al ya entrado y estrenado siglo actual. Internet se ha mostrado como un fenómeno mucho más poliédrico y laberíntico de lo que cabría pensar a primera vista. Ni mucho menos ha supuesto una solución milagrosa a las problemáticas político-económicas sino que más bien ha evolucionado de manera bastante libre dando pie a usos informales, alternativos y originales. Su topología y geometría distribuida ha propiciado antes el uso participativo y contrahegemónico que los raíles de una locomotora económica perfecta. Es decir, coexiste una tensión estructural entre los usos más mercantiles de la red y las apropiaciones ciudadanas, entre las dinámicas empresariales o consumistas y los intentos de democratizar las prácticas digitales.

Frente a ello, lo que emerge es el cascarón de proa de un nuevo buque insignia del tardocapitalismo globalizado e interneterizado, una suerte de renovada aspiración al conocimiento y, por ende, el negocio perfecto, el Big Data (o Datos masivos). Nos enfrentamos a un término donde el adjetivo sustantiva tanto que empequeñece al término data al agrandarlo. El tamaño que ahora sí importa. El Big Data (BD) resulta ser la nueva promesa de un mundo interconectado donde la globalización de información por sí queda subsumida en un paradigma de conocimiento y objetividad masivos. Dicho de otra forma, la nueva moda del Capitalismo cognitivo es el Big Data en su versión de nueva utopía. Ahora lo que comienza a reiterarse es que el “uso inteligente” de la información favorece que las empresas conozcan y radiografíen a sus clientes en un “entorno competitivo”.

El Big Data (Mayer-Schönberger y Cukier, 2013) se ha presentado en sociedad en las portadas de *The Economist*, *The Wall Street Journal* o *Newsweek* anunciando ser el santo grial que nos librerá del océano de bits incesantes y de una globalización desbocada. Solo a través de una gestión eficiente del magma digital evitaremos ser sepultados

por la maraña de información que nos desborda. El BD no deja de ser un modelo epistemológico con fuerte contenido político, una suerte de neopositivismo digital que augura la posibilidad de la objetividad controlada en la sociedad red. Simultáneamente, el término hace referencia a todo el nuevo sector económico de las tecnologías de la información y la comunicación en donde existen sistemas que manipulan grandes conjuntos de datos. Las nuevas aplicaciones informáticas que se centran en la captura, el almacenamiento, la búsqueda, la compartición, el análisis o la visualización de toda esa información se abren como una novedad rupturista. Ello ha permitido desarrollar Data Warehouses y potentísimas herramientas analíticas que permiten gestionar apropiadamente esos grandes volúmenes. Sin embargo, no nos interesa solo constatar que la tecnología ha evolucionado de manera que los costes de almacenamiento de Teras, Gigas y Petas de bytes está resultado exponencial. El objetivo anunciado del Big Data no es sembrar de repositorios y cementerios de datos dispersos el globo sino convertir dichos datos en información útil. Esa utilidad remite, en última instancia a la toma de decisiones. Y tomar decisiones no deja de ser, bajo el Capitalismo cognitivo, una oportunidad de negocio. Obviamente no estamos afirmando que no haya una situación novedosa donde abunde la información (según IBM se generan más de 2,5 quintillones de bytes diarios) sino cómo se ha enmarcado ese hecho sobre un encuadre seductor de futuro valor económico. Es decir, de qué manera un hecho técnico se reviste con el ropaje comercial otorgándole legitimidad (la neutralidad de la máquina está detrás) y la enésima esperanza de gestión empresarial triunfante; un anhelo que se tiñe de los más apocalípticos nombres como el de “dataclismo digital”.

En ese sentido, nos hemos desayunado portadas y reportajes a todo color en los medios planetarios anunciando a bombo y platillo el advenimiento de este nuevo mesías tecnológico. El Big Data vendría a iluminar la oscuridad de la era digital prescribiendo un nuevo camino por el que todos debemos transitar. La fórmula se nos antoja ya conocida: la mezcla de capitalismo y digitalismo

toma esta vez cuerpo en otro modelo de economía tecnológica. Ya no estamos bajo el rútopo permanente de la Innovación sino de otro esquema similar en objetivos pero diferente en procedimientos, el Big Data. Nuevamente, comparte con su predecesor la idea de que existe un método adecuado y preciso, matemático y beneficioso, en el que el conocimiento se articula con éxito con la economía. El Capitalismo cognitivo supone toda esa serie de combinaciones y engarces entre las lógicas económicas y el ciclo tecnológico.

### El nuevo determinismo tecnológico y el ciberfetichismo

Esos movimientos de incorporación de lo técnico hacia lo económico que propulsan la Innovación y el Big Data han venido también acompañados de otra postura crecientemente popularizada pero más invisible, una cierta dinámica autónoma y mitológica de lo tecnológico. Podríamos titular la situación como de cierto revival del “determinismo tecnológico” (Marx y Smith, 1996). La expresión más depurada de este vector social lo conforma la idea de que hay que adaptarse a las nuevas tecnologías pues son los agentes sociales los que tienen que ajustar sus actividades a los dictados técnicos, al camino marcado caprichosamente por la evolución de máquinas, chips y cables. El crecimiento y las cuestiones institucionales son dependientes, en grado cada vez más alto, de los vientos favorables o desfavorables del mundo técnico. Y las soluciones a los problemas sociales pasan en mayor o menor medida por buscar alguna solución procedimental tecnificada, lo que Morozov denomina el “Solucionismo tecnológico” (Morozov, 2015). Es decir, casi todas las posturas, paradigmas o visiones que hemos ido mencionado como constitutivas de la galaxia del Capitalismo cognitivo adolecen de ese cliché intelectual o esa manía interpretativa que asociamos al determinismo tecnológico. Más allá de las etiquetas, todas han dado en suponer una inevitabilidad aislada del cambio tecnológico con diferentes grados y matices, colocando los contextos

institucionales y culturales o la acción social siempre en un lugar secundario o subsidiario.

Por todo ello, la constelación de prácticas y mantras del Capitalismo cognitivo están todas atravesadas por una concepción de la tecnología tremendamente antisocial y, como hemos tildado utilizando a Roland Barthes cuando mencionaba el consumo y la cultura moderna, casi mitológica (Barthes, 1980). Nos referimos a lo que, en otros lugares o escritos, se ha denominado como “fetichismo tecnológico”: la conversión del hecho técnico en un objeto ritual y divinizado, una suerte de mano invisible creadora y organizadora. La dificultad para conceptualizar el cambio técnico conduce con frecuencia a su abandono teórico y al “tic interpretativo” que otorga capacidades voluntarias e independientes al devenir técnico. Todo ello puede incluirse en las nuevas ideologías economicistas globales que se promueven como soluciones mágicas y mundiales en un nuevo marco planetario y social. Otro ejemplo que obviaremos por economía de espacio sería esa nueva obsesión por explicar todos los acontecimientos pura y exclusivamente por su geometría reticular, otorgando a las redes una virtud de transformar todo de manera casi mágica. Libros como *Socionomía ¿Vas a perderte la revolución social?* (Reig, 2012), cuyo título de por sí ya es bastante indicativo de este enfoque, reduce la densidad de los fenómenos sociales a la topología de las redes, que no deja de ser otro modo de fetichismo técnico. Este tipo de *reticulitis* intenta explicar la obesidad, el tabaquismo o el acné en función de nuestro lugar en una red de amistades, como si las posiciones de conexión tuvieran toda la capacidad causal para este tipo de fenómenos.

Frente a ello, existen numerosos ejemplos que demuestran que muchas de las innovaciones de las que ahora nos vanagloriamos no dejan de ser carambolas históricas. El origen de Twitter, pocas veces se comenta, proviene de un software previo denominado TXTMob que usaban los activistas para coordinarse durante las movilizaciones contra la convención del partido republicano en 2004 en EEUU. Unas 5000 personas se aprovecharon de dicha herramienta para

organizarse mediante el envío de pequeños textos y evitar las trampas policiales. Los disturbios que tuvieron lugar en Inglaterra en 2011, se pensaron siempre como fruto de la savia maligna de los tuits recorriendo el territorio indignado. Sin embargo, gran parte de los participantes reconoció posteriormente que había utilizado *blackberrys* para coordinar sus acciones (Comité Invisible, 2015). El 15-M español o la Primavera Árabe también parecen haber sido tecnodependientes en muchos aspectos, asumiendo el papel propagador de redes y tecnologías que fueron diseñadas con otros fines originales. En tal caso, sin ser demasiado deterministas, entendiendo el papel jugado que es innegable, cabe dar un paso más y preguntarse si realmente la evolución tecnológica apunta hacia una meta cerrada por la planificación comercial que la pretende dirigir o más bien interacciona con un magma social con consecuencias impredecibles. El resultado ha sido también una réplica de esperanza tecnológica y una nueva ola de confianza neodigital que aguarda la democratización que Internet proveerá. Tecnologías que fueron concebidas para fines mercantiles facilitan la difusión masiva y la convocatoria de acciones ciudadanas. Sin embargo, hay que ser prudentes. Gran parte de las utopías de izquierda se han dejado, de alguna manera, arrastrar por esta marea intensa que ha supuesto pensar lo técnico como un ámbito neutro, dispuesto a ser usado, al alcance de nuestra mano, asépticamente equilibrado y afín a cualquier intento de cambio social. Sin embargo, poco se ha dicho sobre los condicionantes sociopolíticos del uso tecnológico, sobre las limitaciones o contrapartes de la digitalización constante o sobre las utilidades diversas y ambivalentes de las mismas aplicaciones o aparatos. Si ese desfile de casos exitosos que hemos mencionado consiguió ciertos objetivos seguramente fue por su actuación estratégica y consciente en la que lo técnico se articulaba con otros muchos ámbitos. Estas ideas nos colocan sobre la pista de un mundo tecnopolítico mucho más complejo de lo que suele pensarse en primera instancia. Ni cualquier instrumento electrónico aúpa revueltas o dirige manifestaciones ni cualquier software o cachivache

termina siendo un elemento simple de producción de valor económico.

Pero lo más llamativo es que las vías sobre las que se ha deslizado el Capitalismo cognitivo de los últimos tiempos son relevantes porque contienen toda la dimensión aparentemente neutral y consensuada de muchos discursos económicos sobre el proceso globalizador en curso y numerosas políticas públicas en casi todos los países del planeta. La mercantilización no deja de asentarse en imaginarios científicos y naturales como los que le provee el marco tecnológico. Enténdaseme, no estoy culpando al ciclo digital. Como dice César Rendueles (2013), el problema no es si la tecnología es neutra o no, los que no somos neutros somos nosotros. Internet y toda la ola técnica que le acompaña han sido utilizados como la excusa perfecta, la coartada ideal para justificar modos de poder político y económico muy particulares.

Por ello, aunque no de forma manifiesta, la mayoría de discursos del Capitalismo cognitivo siguen explicando el cambio técnico y presencia tecnológica como fruto único de los agentes económicos principales (las empresas) en su carrera por obtener beneficios privados. La competitividad globalizada y los bloques geopolíticos compelen a producir las mejores condiciones en las que “nuestros representantes económicos” actúan. Hay que movilizar, entonces, el resto social (lo institucional, lo normativo-legal, lo extra-económico, etc.) para crear las condiciones óptimas en las que las corporaciones puedan operar, ya que son ellas el motor y la fuerza fundamental del progreso técnico y social. La moraleja es que debido a esta concepción mercantil del mundo, la tecnología se ha transformado en un mero fetiche que justifica, sostiene, acompaña y refuerza el lado capitalista del mismo.

Ello es debido a que la tecnología encarna, en ciertos términos, un “progreso” actualizado, una actitud social utópica y futurista que anhela avanzar de forma positiva hacia algún lugar o destino (sin saber cuál). Se ha establecido como nuevo paradigma normativo o motivacional, un a priori que forma parte del inconsciente colectivo (con frecuencia independiente del mapa ideo-

lógico). De esta manera, siempre y cuando se correlacione o vincule retórica y teóricamente (empíricamente no se ha podido hacer de manera concluyente) el papel de las políticas económicas a las prácticas tecnológicas de las empresas, serán aceptadas las primeras casi como dogma de fe. No está de más recordar aquí la tercera ley de Clarke, enunciada por el famoso escritor de ciencia ficción: “Toda tecnología lo suficientemente avanzada es indistinguible de la magia”. Lo que no deja de ser una consecuencia de la mercantilización extrema del cosmos tecnológico y de la vida social en la que todo queda reducido a un fetiche útil y valorable.

### A modo de conclusión

Hemos dedicado nuestra mirada algunos de los discursos que sostienen el paradigma del Capitalismo cognitivo, tópicos subyacentes o corrientes subterráneas que dan vida y alimentan un modelo de capitalismo ultratecnificado y digitalizado que se impulsa sobre el conocimiento como abstracción económica. En ese sentido, hemos querido llamar la atención sobre dos pilares básicos de este despegue turbocapitalista virtual, dos mediaciones que le han nutrido en las últimas décadas. Por un lado el paradigma de Innovación, como la imposición de un modelo empresarial orientado a extraer invenciones originales o planes novedosos a través de lo tecnológico en un movimiento ininterrumpido y acelerado. Movimiento que, por otra parte, no llega a cuestionarse ni a vincularse, en ningún momento, con otros valores, contextos o entornos sociales. Por otro, una especie de nuevo bálsamo todo-lo-cura bautizado como Big Data y que consiste en reunir, escudriñar y explotar grandes volúmenes de datos. Se nos anuncia una acumulación informativa que pasa a ser acumulación económica en el proceso mismo de asociar ese coctel de cifras a la idea de un “conocimiento útil”, un *fast food* informático que permite orientarse en la incertidumbre globalizada de los mercados. Nuestra propuesta es que las ideas de innovación y de Big Data, instaladas en la opinión pública y en las declaraciones po-

líticas, han funcionado como parte del esqueleto invisible sobre el que se erigen los nuevos modelos económicos.

El Capitalismo cognitivo, entonces, cristaliza sobre un haz de discursos que emana de ciertas circunstancias históricas y que tiene un vínculo fuerte con la presencia tecnológica: determinismo tecnológico, retórica del progreso e innovación, gestión precisa y predicción a través de la información, etc. Es decir, ha conseguido tomar cuerpo mediante una especial y particular interpretación de la vida social y de lo digital. En el tiempo de las redes sociales, gobernar significa también gestionar la interconexión tecnológica asegurando una circulación completa de la información para que pueda ser convertida en valor económico. Lo relevante es que una de las consecuencias de tal grado de actuación y apropiación económica genera un fetichismo limitante del ámbito tecnológico, reduciendo sus capacidades liberadoras.

Nuestra intención no se ha limitado a presentar algunos trazos generales de esas idea-fuerza que son el motor de casi todas las políticas tecnológicas actuales y el pilar ideológico de las doctrinas económicas del cambio tecnológico que ha permeado casi todas las discusiones internacionales. A partir de ello, nos ha interesado subrayar que el terreno digital global no es un mero espacio neutro de comunicación sino un proyecto político de primera magnitud. El papel de las empresas, de los algoritmos, de los servicios online o de los tipos de usuarios define o condiciona de manera clara las relaciones sociales que son posibles, frecuentes o hegemónicas. El universo que se ha ido configurando en los últimos tiempos en torno a los nuevos ciclos digitales no es un inocente decorado para la vida contemplativa y ociosa sino que prescribe ciertos modelos de acción e interacción por encima de otros. La aparente naturalidad de lo técnico esconde tras de sí un mundo de silicio, *routers* y tablets donde el capitalismo realmente existente puede operar sin perder un ápice de su naturaleza. Las tecnologías de la información realmente existentes no solo tejen mallas comunicativas sino que son una auténtica gramática relacional y política, modulando hasta los nuevos modos de gobierno mundial. Sin embargo, como todo

ello se deriva de una aproximación tecnológica, reticular o ingenieril, pareciera que son formas científicas de gestionar el mundo y no un modo concreto de seguir ejerciendo un dominio empresarial.

En ese sentido, pueden resultar algo ingenuas o desproporcionadas las tesis de Mason en su libro *Postcapitalismo* (Mason, 2016), en el que predice el fin del capitalismo por el crecimiento de la economía colaborativa digital. Digamos que, según este autor, proyectos como Wikipedia vendrían a comerle el terreno al industrialismo clásico, que se vería desalojado ante el avance imparable de la cooperación en red y tendría sus días contados. De esta manera, argumenta y augura Mason, el capitalismo que conocíamos hasta finales del siglo XX será sustituido por una suerte de economía colaborativa que crece sin parar. Sus provocadoras ideas sugieren una especie de sustitución de los engranajes mercantiles precisamente por cooperación desinteresada. Podría resultar naif pensar que este último modelo de actuación frente al mercado y a la tecnología supone de facto una superación completa del capitalismo. Sin embargo, es cierto que al menos en su formulación discursiva (aunque no siempre práctica) presupone un cuestionamiento de las dinámicas de mercantilización. Y este nuevo paradigma de actuación no deja de albergar movimientos sociales que surgen a partir de las disyuntivas y los atolladeros a los que se enfrentan los movimientos previos en su intento por compatibilizar redes comunicativas y tecnológicas con configuraciones económicas. Sin embargo, quedaría por ver hasta qué punto tales procesos colaborativos online o acciones conectivas son compatibles o no con el capitalismo. Es decir, las comunidades online organizadas en red y movilizadas políticamente cooperan produciendo conocimiento e información e intentando lidiar con lo tecnológico y lo económico a la vez. Por lo visto hasta ahora no podemos afirmar que sean un disolvente del capitalismo pero sí una posible fuente de fricciones con el mismo.

En definitiva, hemos pretendido visualizar que el Capitalismo cognitivo se mueve

a un nivel bastante más profundo de lo que parece y se salvaguarda equilibrado sobre discursos promisorios con respeto al mundo digital, intensificando una fe en una tecnología neutra y salvadora siempre y cuando se articule y encaje con los mercados. Ya sea mediante un supuesto cambio social técnico como a través de un negocio basado en exprimir miríadas de datos, el Capitalismo cognitivo deambula sobre una concepción tremendamente fetichista de la tecnología que limita mucho una apropiación ciudadana y sensata de la misma.

## REFERENCIAS

- ALONSO, L.E. y FERNÁNDEZ, C. (2013). *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*. Madrid: Siglo XXI.
- BARTHES, R. (1980). *Mitologías*. México: Siglo XXI.
- COMISIÓN EUROPEA (1995). Libro Verde de la Innovación, Bruselas. <<http://www.cordis.lu/innovation/src/grnpap1.htm>>.
- COMITÉ INVISIBLE (2015). *A nuestros amigos*. Logroño: Pepitas de Calabaza y Ediciones del sur plus.
- MARX, L. y SMITH, M. R. (1996). *Historia y determinismo tecnológico*. Madrid: Alianza Editorial.
- MASON, P. (2016). *Postcapitalismo. Hacia un nuevo futuro*. Barcelona: Paidós.
- MATTELART, A. (2001). *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona: Paidós.
- MAYER-SCHÖNBERGER, V. y CUKIER, K. (2013). *Big data. La revolución de los datos masivos*. Barcelona: Turner Noema.
- MOROZOV, E. (2015). *La locura del solucionismo tecnológico*. Madrid: Clave Intelectual-Katz.
- NISBET, R. (1980). *Historia de la idea de progreso*. Barcelona: Gedisa.
- NOBLE, D. (1999). *La religión de la tecnología: la divinidad del hombre y el espíritu de invención*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- REIG, D. (2012). *Socionomía. ¿Vas a perderte la revolución social?* Deusto: Deusto Ediciones.
- RENDUELES, C. (2013). *Sociofobia*. Madrid: Capitán Swing.
- VV.AA. (2004). *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños.