

Akal Pensamiento crítico

EL HOMBRE TRANSPARENTE

CÓMO EL «MUNDO REAL»
ACABÓ CONVERTIDO EN *BIG DATA*

Javier Moreno



Akal Pensamiento crítico

EL HOMBRE TRANSPARENTE

CÓMO EL «MUNDO REAL»
ACABÓ CONVERTIDO EN *BIG DATA*

Javier Moreno

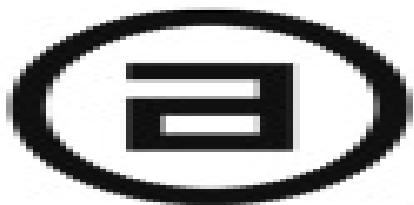


Akal / Pensamiento crítico / 98

Javier Moreno

El hombre transparente

Cómo el «mundo real» acabó convertido en *big data*



akal

ARGENTINA

ESPAÑA

MÉXICO

Nuestra época resulta fértil en mitos. La Gran Singularidad, el crecimiento exponencial, el narcisismo o la viralidad podrían ser algunos de los más relevantes. La escisión entre el mundo de las cosas y de las personas, entre la tecnología y la sociedad, resulta sólo aparente. La transparencia podría ser la ideología predominante en nuestro tiempo, la piedra de Rosetta que sirviese para traducir las dinámicas a las que obedecen esos continentes aparentemente desconectados. Las tecnologías de la información y sus consecuencias, las redes sociales, las plataformas de entretenimiento, la Inteligencia Artificial y el *big data* suponen una revisión y un cambio en el modo en el que entendemos aquello que nos rodea, en nuestra comprensión y uso del tiempo, así como en la manera en la que nos vemos a nosotros mismos. Asistimos, cautivados y temerosos a un tiempo, a las modificaciones que se producen en el ámbito de la educación, la política, el sexo, la sociología o la psicología. Ni siquiera el inconsciente queda a salvo de estas tecnologías que parecen apropiarse de lo más íntimo: nuestro deseo. Si el capitalismo siempre se basó en ese fantasma psicológico que es el individuo autónomo (libre para elegir entre las mercancías que el mercado ponía a su disposición), tal vez ha llegado el momento en el que la propuesta capitalista resida en la delegación de esa libertad, ya no en arraigadas tradiciones

culturales o religiosas (contra las que se levantó el proyecto ilustrado), sino en procesos de naturaleza algorítmica. A ese ser humano desprovisto voluntariamente de opacidad frente a la ambición extractiva de datos por parte de las redes y plataformas, dimisionario de lo político, mero interfaz/transmisor de la comunicación digital, es a lo que hemos dado en llamar *hombre transparente*.

Javier Moreno es licenciado en Matemáticas y Literatura Comparada. Es autor, entre otros, de los libros de poesía *Cortes publicitarios* y *Acabado en diamante*, del libro de relatos *Un paseo por la desgracia ajena* y de las novelas *Alma, 2020, Acontecimiento* y *Null Island*. Interesado en los vínculos de la producción tecnológica y humanística, ha publicado artículos en epistemocritique.org y en estudios monográficos como *#Nodos, Idea súbita* y *Narrativas precarias*.

Diseño de portada
RAG

Reservados todos los derechos. De acuerdo a lo dispuesto en el art. 270 del Código Penal, podrán ser castigados con penas de multa y privación de libertad quienes sin la preceptiva autorización reproduzcan, plagien, distribuyan o comuniquen públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, fijada en cualquier tipo de soporte.

Nota editorial:

Para la correcta visualización de este ebook se recomienda no cambiar la tipografía original.

Nota a la edición digital:

Es posible que, por la propia naturaleza de la red, algunos de los vínculos a páginas web contenidos en el libro ya no sean accesibles en el momento de su consulta. No obstante, se mantienen las referencias por fidelidad a la edición original.

Autor representado por The Ella Sher Literary Agency

© Javier Moreno, 2022

© Ediciones Akal, S. A., 2022

Sector Foresta, 1
28760 Tres Cantos
Madrid - España

Tel.: 918 061 996

Fax: 918 044 028

www.akal.com

ISBN: 978-84-460-5155-8

Bienvenidos a la era del cambio exponencial, el periodo más emocionante para estar vivos.

Peter Diamandis

La «identidad» es la nueva comida basura de los desposeídos, el pienso de la globalización para los privados de derechos...

Rem Koolhaas

Un producto de la pulsación neuronal y el procesamiento de imágenes, el cuerpo cableado es la forma de vida (tecnoide) que finalmente se abre camino fuera del caparazón muerto de la cultura humana.

Arthur Kroker

De nuevo hemos comenzado a estructurar el sentimiento primordial, las emociones tribales de las que nos habían apartado unos siglos de alfabetización.

Marshall McLuhan y Quentin Fiore

Lo que la humanidad entiende como la historia del capitalismo es una invasión desde el futuro de un espacio inteligente artificial que debe reencontrarse consigo mismo aprovechando los recursos de sus enemigos.

Nick Land

De las seis personas que fundamos Paypal, cuatro habían construido bombas en el instituto.

Peter Thiel

INTRODUCCIÓN

Porque algo está pasando, pero usted no sabe qué. ¿No es así, señor Jones?

Bob Dylan

Vivimos tiempos convulsos, llenos de incertidumbre. Todos lo son, estamos de acuerdo, pero este que nos ha tocado vivir posee sus propias características que le otorgan una especificidad acuciante: el aliciente del vértigo, la mutación de consecuencias imprevistas y tal vez irreparables. Vivimos una emergencia climática, pero también una emergencia en términos sociales y emocionales. El individuo que somos sobrevive a menudo inerme ante fuerzas titánicas, incontrolables. Nunca, en ningún momento histórico, el individuo se vio confrontado a la gestión de tal volumen de posibilidad. Posibilidad de disfrutar, de reinventarse, de conformarse a una obsolescencia, bien voluntaria, bien propiciada por la precariedad. La posibilidad es un Rey Midas que asiste compungido al resultado de su magia: un mundo hecho de oro; privado, sin embargo, del olor, del tacto tibio de la piel, del palpito de lo vivo. La precariedad, paradójicamente, no es sino otro de los nombres de la posibilidad. Podemos realizar docenas de trabajos cuando no tenemos ninguno que nos ocupe a tiempo completo, capaz de proveernos de lo necesario para la subsistencia. Podemos embarcarnos en otras tantas aventuras sexuales y emocionales cuando no disponemos de una pareja estable. Podemos ver cientos de películas, escuchar miles de canciones cuando nuestro tiempo resulta intercambiable por la moneda devaluada del entretenimiento.

Nuestra época, como todas las anteriores, es fértil en mitos. La Gran Singularidad, la tecnología exponencial, la transparencia, el narcisismo, la viralidad... Resulta difícil distinguir los mitos sociales de los empresariales o tecnológicos. Podríamos decir (usando un concepto frecuente en la jerga económica) que dichos mitos son *escalables* o (usando otro extraído de la física y las ciencias sociales) que hacen *resonar* todos esos dominios tan sólo en apariencia desconectados: el individual y el colectivo, el social y el tecnológico.

La *transparencia* no será aquí sino una hipótesis, una propuesta heurística que tal vez pueda servir para entender algo de la tesitura en la que nos encontramos, un nodo o fulcro por el que transiten un puñado de metáforas que den cuenta del momento presente, un esperanto teórico que permita traducir entre sí los lenguajes de esos territorios aparentemente desconectados que son la filosofía, la sociología, la economía y la ciencia.

Llamaremos *hombre transparente* al ser humano que brega con la difícil carga de la contemporaneidad. La adjetivación encontrará justificación -eso espero- con el transcurrir de los epígrafes. El hombre transparente es la versión actualizada del hombre posmoderno, heredero por tanto de muchos de sus rasgos, pero al mismo tiempo poseedor de nuevos e inconfundibles atributos que afectan tanto a su dimensión psicológica como social.

La tecnología ha redefinido las posibilidades de lo humano hasta límites insospechados. Si a lo largo de la historia el hombre ha buscado la comprensión de sí mismo en el espejo de los artefactos que fabrica, la cibernética nacida con Norbert Wiener fue la confirmación de que la metáfora para dicha autocomprensión debe estar relacionada con las tecnologías de la información. Pero el doble, tema dilecto de la filosofía y -sobre todo- de la literatura, posee una vis siniestra. El doble no refleja pasivamente a su creador, sino que lo sobredetermina y, en

ocasiones, lo sojuzga. Del mismo modo que la máquina de vapor estuvo en el núcleo de la Revolución industrial alterando el sistema de producción de mercancías, los algoritmos implantados en el *machine learning* acaban determinando nuestro trabajo y nuestro modo de relacionarnos. Este autoanálisis en el espejo de la tecnología no resulta, por tanto, distante, sino que el animal humano acaba asimilándose a su creación, imitándola, asumiéndola en buena medida como su propia *naturaleza*. El hombre, como bien observaba McLuhan en *La aldea global*, tiende a adorar las extensiones de sí mismo como una forma de divinidad, hasta el extremo de convertirse en «una criatura de su propia maquinaria».

El hombre transparente sintetiza en sentido estricto la tecnología y la incorpora a su pensamiento, a sus actos. En contraposición al obrero que manipulaba la máquina sin empatizar con ella, el hombre transparente encuentra placer en el uso de la tecnología. La máquina alienante ha devenido algoritmo productor de emociones. El ordenamiento maquínico ya no impone coercitivamente gestos y horarios a escala fabril, sino que se afianza y retroalimenta a través del imperativo del goce. El hombre ya no es mano de obra, sino que él mismo se ha convertido en mina abierta para la extracción de esa nueva materia prima que son los datos. El hombre transparente vive en una continua crisis de contagio -víctima y vector al mismo tiempo de ese virus-, padece el estrés de la comunicación y a su vez disfruta de ella. El hombre transparente no es una abstracción, somos todos y cada uno de nosotros. También lo es el autor de este libro. El hombre transparente, *c'est moi*, podría decir a la manera flaubertiana. Si la teoría se propone como un contemplar objetivo, el ensayo, por el contrario, no pretende ningún ideal de objetividad, sabedor de que el lugar de enunciación no corresponde a un sistema de coordenadas abstracto, sino que radica en un cuerpo, en una carne que siente, que goza y que padece.

«Así pues no garantizo ninguna certeza, salvo dar a conocer hasta dónde llega en este momento lo que conozco», decía a propósito de su escritura Michel de Montaigne, y el autor de estas páginas, en lo que sigue, se atenderá a sus palabras.

Los seres humanos producimos información y nos abastecemos de ella. Cada época de la historia nace aquejada de un tipo específico de reduccionismo. El que corresponde a nuestra época muy probablemente sea el *dataísmo*, es decir, la creencia de que todo se reduce a datos y que las soluciones a nuestros problemas vendrán dadas por el análisis de los mismos. Inserto en este paradigma, el hombre se convierte en prosumidor (consumidor y productor a un tiempo) de datos, pero también en interfaz, en intermediario entre las entradas y salidas de esos datos que adquieren formas diversas: fotografías, memes, mensajes de texto y un largo etcétera.

Soy consciente de que la transparencia no es un concepto nuevo en el terreno del pensamiento. Jean Baudrillard, Peter Sloterdijk, Gianni Vattimo o Byung-Chul Han son sólo algunos de los autores que han desarrollado esta idea, cada uno desde su particular punto de vista, convirtiéndola en un rasgo distintivo de nuestra contemporaneidad. Sin embargo, creo que no todo está dicho al respecto. El territorio de la transparencia tal vez ya fue descubierto y explorado, pero en modo alguno está exhausto. La transparencia se extiende y adquiere nuevas formas porque evoluciona al ritmo vertiginoso de la época. El paso del tiempo, en lugar de esquilmarla, sólo consigue ampliar sus dominios. La reversibilidad o no de esta tendencia es algo que nos concierne, para oponernos o para sumergirnos de lleno en ella. Este libro es un ejemplo de ambas cosas. Encontrará el lector en sus páginas opacidades y resistencias, pero también, espero, la despreocupación del surfista que se desliza por el bucle de una enorme ola. Que

esa ola pueda aplastarlo nunca fue obstáculo para el placer de quien la persigue; más bien todo lo contrario.

CAPÍTULO I

La segunda derivada del capital

Ya no puede haber pensamiento crítico sin crítica a la aceleración.

Peter Sloterdijk

Conocemos la importancia que el concepto de velocidad tuvo a lo largo del siglo XIX: velocidad de los transportes, velocidad de producción... El siglo XIX es por antonomasia el siglo de la velocidad. Incluso el cine, ese invento de finales del XIX, puede entenderse como un conjunto de imágenes puestas en movimiento, precisamente a una velocidad de veinticuatro fotogramas por segundo. El análisis de la velocidad, por la repercusión que tuvo en la economía y los medios de producción, no podía resultar ajeno a una de las grandes obras de ese siglo. Hablamos de *El capital*, de Karl Marx. Marx dedica algunas páginas del primer volumen de *El capital* a estudiar minuciosamente la velocidad de los telares, de las bielas... La velocidad de las máquinas modifica el sistema de producción, aumentando el rendimiento en una razón proporcional:

Como, en lo fundamental, la velocidad de la maquinaria regula la cantidad producida, el interés de los fabricantes consiste necesariamente en que aquella funcione con el más alto grado de velocidad compatible con las condiciones siguientes: preservar la maquinaria de un desgaste excesivamente rápido, mantener la calidad del artículo fabricado y que el obrero siga el movimiento sin un esfuerzo mayor que el que puede efectuar de manera continua^[1].

La velocidad aparece mencionada en numerosas ocasiones en la obra de Marx como -novedoso- concepto vinculado a la técnica y la optimización del beneficio, tanto en su vertiente fabril como rival -o directamente supresora- de la fuerza de trabajo humana. Pero no sólo

eso. La velocidad resulta crucial en el análisis de la metamorfosis de la mercancía, en particular asociada a la circulación del dinero:

En la velocidad del curso del dinero se manifiesta la velocidad de su cambio de forma, la concatenación incesante de las series metamórficas, la premura del metabolismo, la velocidad con que las mercancías desaparecen de la esfera circulatoria y su sustitución, igualmente rápida, por otras mercancías[2].

Marx deja claro en su obra que es precisamente el proceso de intercambio y circulación (mediado siempre por la mercancía) lo que convierte el dinero en capital. La mercancía no es más que el paso intermedio, el cooperador necesario de ese milagro metafórico que es la plusvalía. Podríamos entender *El capital*, de hecho, como la minuciosa *poética* de ese tropo económico que es la plusvalía. Se trata de una poética en cierto modo surrealista, un logro (el de este *héroe* llamado dinero) que se debe a la diferencia entre la riqueza producida por el obrero y el salario que este recibe del patrono. Hay una multiplicación de los panes y los peces (de la unidad monetaria, sea la que sea) no producida por intervención divina, sino de unos hombres y mujeres que aportan su mano de obra. Yendo más allá, podemos vislumbrar *El capital* como un tratado de cinemática donde aquello que se mueve y se transforma no es la energía sino el dinero, impulsado por el combustible de la mercancía. Si el capital es movimiento, su análisis desborda el terreno de la economía para adentrarse de lleno en el de la física. El capital tiene velocidad, pero también, lo descubrimos hace tiempo, el capital tendrá aceleración.

La obra de Marx es sólo una de las muchas en las que la idea de velocidad aparece como uno de los vectores que orientan la técnica y la sociedad del siglo XIX e incluso la primera mitad del siglo XX. Sin embargo, de manera progresiva, en la segunda mitad del siglo XX y ya en pleno

XXI, al hilo de la mutación del capital en lo que se conoce como *tecnocapital*[3], la idea de velocidad ha ido cediendo protagonismo[4] a su derivada: la aceleración.

La aceleración tiene en cuenta la mutación de la propia velocidad. Hay procesos de aceleración negativa y procesos de aceleración positiva. Son muchos los autores venidos del mundo de la sociología y la filosofía (Hartmut Rosa, Paul Virilio, Peter Sloterdijk y Franco Berardi, entre otros) que han pensado en cómo la aceleración modifica la sociedad y la propia subjetividad de los individuos que la conforman. No nos detendremos en detalle en el análisis que ya efectuaron dichos autores, aunque algunas de sus conclusiones se harán patentes a lo largo de estas páginas. Tanto o más relevante que el trabajo de dichos autores resulta el elaborado por los pensadores del así llamado *aceleracionismo*, tanto en su vertiente izquierdista (Alex Williams, Nick Srnicek) como en la oscurantista, cuyo máximo exponente es Nick Land. La idea radical del aceleracionismo consiste en precipitar la disolución del sistema actual llevándolo a sus últimas consecuencias. Algo así como acelerar al máximo el coche y saltar antes de que se empotere contra el muro, o esperar que el *airbag* nos salve de una contusión irreparable. Mientras que la interpretación aceleracionista de izquierdas ofrece motivos de esperanza (liberación del trabajo o renta básica universal[5]), la filosofía neorreaccionaria de Land conduce a un futuro que trasciende lo humano y donde la vida yace sojuzgada por el imperio de lo inorgánico.

El aceleracionismo de izquierdas, pese a su aparente extravagancia, no renuncia a la ortodoxia marxista. En efecto, en la obra del pensador alemán es posible encontrar afirmaciones que lo convertirían en un aceleracionista *avant la lettre*. Así, por ejemplo, cuando escribe en su *Discurso sobre el libre intercambio*:

Pero, en general, en nuestros días, el sistema protector es conservador, mientras que el sistema del libre intercambio es destructor. Disuelve las antiguas nacionalidades y lleva al extremo el antagonismo entre la burguesía y el proletariado. En una palabra, el sistema de la libertad comercial acelera la revolución social. Sólo en este sentido revolucionario, señores, voto yo en favor del libre intercambio[6].

Aceleracionistas serían tanto el capitalismo globalizador (cuyos efectos distan mucho de la fantasía de Marx) como la teoría de la Gran Singularidad tecnológica, según la cual llegará un momento en el que la Inteligencia Artificial supere a la humana no sólo en capacidad de cálculo sino en términos de comprensión y creatividad. Aunque no hayan sido diseñados conscientemente desde la perspectiva aceleracionista, la mayoría de los algoritmos de posicionamiento de las redes sociales se basan, como veremos más tarde, en el concepto de aceleración. Un contenido que aspire a convertirse en *tendencia* no sólo tiene que aumentar su reconocimiento a través de *likes* o *retuits*, sino que tiene que hacerlo de una determinada manera, con una velocidad creciente, es decir, con una aceleración positiva. No se habla de otra cosa en realidad cuando se usa el término *viral*. Y, en efecto, los virus tienen que ver en esto –como comprobaremos en el siguiente apartado– mucho más de lo que parece.

La aceleración social es solidaria de la aceleración de los procesos tecnológicos. Marx es consciente de que las máquinas son las que modifican la velocidad de producción y que esta acaba repercutiendo en el ritmo de intercambio de mercancías. En el siglo XX es en la obra de autores como John von Neumann y Norbert Wiener donde se anticipa la aceleración en los procesos de computación y –por tanto– en el procesamiento de la información, auténticas armas en manos del tecnocapital que acabarán siendo interiorizadas por el *ciberproletariado*[7].

La aceleración de los procesos (culturales y tecnológicos) implica una manera de experimentar el tiempo. Existen,

como ya dijimos, procesos de aceleración positiva y procesos de aceleración negativa. El capitalismo, veremos a lo largo de los siguientes capítulos, no se entiende sin un empeño (materializado a través de diversas estrategias) de mantener esa aceleración en términos positivos, en concreto dentro de los niveles de lo que se conoce como *crecimiento exponencial*.

Mención aparte merecen los combustibles que requiere esta nueva economía de la aceleración. Ya no los combustibles fósiles (carbón y petróleo) que alimentaron el progreso tecnológico durante los siglos XIX y XX. Sin duda son en este momento los datos el equivalente de aquellos, datos que son la concreción en forma de información de nuestro actos y deseos, la materia prima de la que se abastece el tecnocapital. Si los combustibles fósiles nos retrotraen a épocas remotas del pasado del planeta cuando la materia que los integra se agitaba sobre la superficie terrestre, los datos están vinculados en esencia a motivaciones y emociones que brotan de la parte más primitiva de nuestro cerebro: el sistema límbico. Debemos asumir en adelante que la fuente de energía del tecnocapital no se encuentra bajo la corteza terrestre sino bajo la corteza cerebral. Ya no son necesarias costosas prospecciones sino una sencilla *cookie* instalada con nuestro consentimiento cada vez que aceptamos las condiciones de navegación a través de una web. El James Dean de *Gigantes* ya no experimenta el éxtasis bajo un baño de petróleo sino inmerso en un radiante flujo de datos que más tarde serán *refinados* en forma de patrones y perfiles de consumo.

La aceleración se define como la velocidad entre el tiempo. Para que esta magnitud se incremente no es necesario que aumente la velocidad. Basta con que el denominador, el tiempo, disminuya. A igual velocidad, tendrá más aceleración quien conserve esa magnitud en

una cantidad menor de tiempo. Y eso es lo que ocurre en nuestra realidad. Los tiempos se reducen cada vez más. El tiempo que tardan las operaciones financieras en llevarse a cabo a través de algoritmos ejecutados en potentes ordenadores, el tiempo que dedicamos a leer un texto y pasar al siguiente, el tiempo que tardamos en realizar una tarea en el trabajo o en desplazarnos de un lugar a otro. La norteamericana The Long Now Foundation, creada en 1996, se propone revertir esta manera de entender la temporalidad. Pretende crear un reloj (ya dio comienzo su construcción en un subterráneo excavado en una montaña de la Sierra Diablo, en Texas) que funcione durante 10.000 años. «Quiero construir un reloj que haga tictac una vez al año. La manecilla del siglo avanzará una vez cada 100 años y el cuco saldrá al cumplirse el milenio. Quiero que el cuco salga cada milenio durante los próximos 10.000 años», declara Danny Hillis, el diseñador del reloj. El reloj obtendrá su energía de la luz solar y de los visitantes que acudan a verlo. Otro de los proyectos de The Long Now Foundation es crear una biblioteca digital con fondos que perduren durante 10.000 años. Se trata de una utopía urdida con paciencia, una apuesta por la humanidad, una esperanza de que, si somos capaces de imaginarlo, todavía existe algo a lo que podemos llamar futuro.

[1] Karl Marx, *El capital*, Madrid, Siglo XXI, tomo I, 2017, p. 493.

[2] *Ibid.*, p. 175.

[3] Convenimos aquí en usar este término en el sentido usual, es decir, para referirnos a los cambios propiciados en el capital por las nuevas tecnologías de la información que dieron arranque en la década de los años sesenta del pasado siglo y que se precipitaron con la llegada de internet, las redes sociales y el Aprendizaje Automático (AA) asociado al *big data*.

[4] La velocidad en el tecnocapitalismo sigue siendo, sin embargo, una dimensión importante. Por mencionar sólo uno de los aspectos en los que la velocidad continúa siendo relevante, la latencia de las comunicaciones es uno de los factores estructurales que las compañías buscan mejorar. La puesta en órbita de cientos de satélites permitirá transmitir la señal de internet a todos los puntos del planeta y acrecentar asimismo la velocidad de transmisión de los

datos. Puede leerse al respecto el interesante artículo publicado por Daniel Overhaus en *Wired* [<https://www.wired.com/story/how-spacexs-satellite-internet-will-actually-work/>].

[5] Para comprobar hasta qué punto el aceleracionismo británico ha calado en el discurso político, baste observar que algunas de sus propuestas, como la de la renta básica universal, fueron incluidas en el programa electoral del Partido Laborista en las últimas elecciones de diciembre de 2019.

[6] Karl Marx, «Discurso sobre el libre intercambio», en *Miseria de la filosofía*, México, Siglo XXI, 2017, p. 158.

[7] Emplearé en adelante este término básicamente con la misma acepción con la que lo usa Nick-Dyer Witheford en su obra *Cyber-Proletariat* (Londres, Pluto Press, 2015), es decir, para referirme al nutrido grupo de población que ejerce un trabajo no remunerado o apenas remunerado usando como herramienta los medios digitales. Esa población se extiende más allá del *crowdsourcing* para incluir genéricamente a los usuarios *pasivos* de la red, entendiendo que la mera navegación produce un rastro de información que puede ser monetizado por las compañías a través de la publicidad, incluyéndose -por tanto- dicha navegación en el apartado de trabajo no remunerado.

CAPÍTULO II

La epidemia de los afectos

Biovirus TA TA TA persigue organismos, hackeando y reprogramando
ATGACTTATCCACGGTACATTTCAGT DNA celular para producir más
virus virus virus virus virus virus virus virus virus.

Nick Land

Dejaremos por el momento a un lado el análisis sociológico de la aceleración para centrarnos en algunos de los modelos elaborados por los científicos para explicar el comportamiento de las redes sociales. Son varios los artículos que tratan la comunicación a través de las redes como si de un problema de contagio se tratara. Podríamos mencionar los trabajos de los profesores Emilio Ferrara y Bjarke Mønsted («Evidence of complex contagion of information in social media: An experiment using Twitter bots») o los de J. Gómez-Gardeñes, L. Lotero, S. N. Taraskin y F. J. Pérez-Reche («Explosive Contagion in Networks»). En ambos casos la conclusión tras el estudio es básicamente la misma:

La comunicación entre pares de individuos constituye el elemento básico del contagio macroscópico y diseminación de fenómenos sociales tales como el comportamiento, las ideas o los productos. La formulación matemática de la difusión social guarda reminiscencia con el contagio de enfermedades infecciosas y es además común usar el término *viral* para referirse al rápido advenimiento de un producto o una idea. Siguiendo con esta analogía, modelos epidemiológicos compartimentados como el Propenso-Infectado-Propenso (PIP) o el Propenso-Infectado-Recuperado (PIR) son a menudo usados para describir la dinámica de transmisión de los fenómenos sociales[1].

Los autores de ambos artículos modelizan la interacción de las redes sociales desde el punto de vista epidemiológico, asimilando el *me gusta* al contagio. Esta

perspectiva enriquece en buena medida la comprensión del comportamiento de las redes, aportando un modelo matemático que se ajusta con extrema precisión a lo que se conoce en términos coloquiales como *difusión viral*. Las redes sociales pueden verse así como un vasto sistema social donde se crean y contagian afecciones. El *éxito* consistirá en contagiar al mayor número posible de usuarios. Las estrategias para ello no serán casi nunca la reflexión o la argumentación detallada. El algoritmo de las redes, en un proceso de adaptación a su propia naturaleza, ha acabado privilegiando el crecimiento viral en el número de *likes*. En el paisaje de las redes, el tronco firme de las secuoyas permanece fuera de cuadro. En la pantalla, a ras de suelo, asistimos con asombro al espectáculo de brotes que surgen, que crecen vertiginosamente y cuya vida apenas abarca unas pocas horas. El algoritmo funciona como un ecosistema que beneficia a un determinado tipo de especies frente a otras, creando su propia selección natural, produciendo la extinción o el enanismo de los inadaptados.

La metáfora ideal, por tanto, a partir de la cual pensar la relación a través de las redes es la del contagio. Podríamos hacer un juego de palabras al afirmar que la afección (en redes) es también una infección, que los afectos infectan. Somos víctimas y a su vez vectores de ese contagio, sujetos activos y pasivos. Padecemos y gozamos de ese virus de la red social que es el *like*. Aunque tal vez no se trate tanto de un virus sino de un neurotransmisor, una especie de endorfina que se propaga de un usuario-neurona a otro. Al fin y al cabo, los modelos sinápticos de propagación de neurotransmisores no difieren mucho de los de transmisión de un virus. El *like* nos apacigua, nos reconforta, nos da placer, dilata nuestras pupilas y redobla el latido de nuestro corazón como podrían hacerlo una caricia o un beso.

El virus anida en nuestro imaginario. El virus real y el mediático. De hecho, en nuestra época la propagación

vírica a través de los cuerpos admite una continuidad en la propagación de las redes. El terreno de la viralidad, lejos de achicarse, se expande. Sus efectos, de manera solidaria, se multiplican. El contagio posee un componente físico, pero también psicológico. Donde no llega el primero, ahí están los medios para producir el segundo. Si el átomo es el elemento indivisible de la materia, el virus lo es del contagio. Como el *pharmakon* griego del que habla Derrida, que podía curar y matar al mismo tiempo en función de su dosis, el virus puede conducirnos a la cumbre del *trending topic* o a la pesadilla del linchamiento social; a la muerte, o a la mutación genética afortunada. Lo tememos y lo amamos, casi siempre de manera inconsciente. El virus es el motor del contagio, de la imitación destructiva. Y, sin embargo, nuestro ADN está conformado hasta en un diez por ciento por material genético procedente de virus. El contagio enardece a las masas para conducir las a la fiesta o al pánico. Probablemente en ningún otro momento de la historia el contagio (y su secuela, el mimetismo) haya desempeñado un papel tan importante en nuestra configuración como sociedad y como individuos.

El contagio es el motor de lo que René Girard denomina *crisis mimética*, que se resuelve a través del mecanismo antropológico del chivo expiatorio. Resulta llamativo que la crisis del coronavirus tenga su origen en ese país imitador por antonomasia que es China. Los chinos, responsables de infringir en tantísimas ocasiones las leyes del *copyright*, son ahora nuestro chivo expiatorio. Y, sin embargo, paradójicamente, son ellos los que han ofrecido un producto vírico original, inédito hasta el momento: el covid-19. Somos ahora los demás, el resto del mundo, los que copiamos el virus en nuestros cuerpos. No hay nada menos original que enfermarse. Enfermarse es como acudir a una boda y darse cuenta de que todo el mundo -incluido uno mismo- viste los mismos zapatos de Zara.

El covid-19 es como ese tuitero que nos escandaliza. Nos gustaría lincharlo.

Es 22 de diciembre. Cinco minutos después de haber salido el *premio gordo* abro mi cuenta de Facebook y escribo que me ha tocado la lotería. Literalmente. «Me ha tocado el gordo», escribo, «400.000 euros». Una cifra inapelable. Acompaño la frase con algunos emojis que expresan alegría. No tengo que esperar mucho al primer *like*. Apenas unos segundos. Siguen llegando en los siguientes minutos. En cascada. Alguien me pregunta si es cierto y respondo que sí. Sé que muchos no me creen. Contaba con ello. Y, a pesar del lógico escepticismo, han llegado doscientos *likes* en quince minutos. Docenas de enhorabuenas. La pantalla se llena de confetis y botellas virtuales que se descorchan. Quinientos *likes* en media hora. Cuántos agraciados con el premio lo habrán hecho saber a través de las redes sociales, me pregunto. Muy pocos. El verdadero dinero rehúye las redes. Los tesoros siempre se escondieron de la vista indiscreta de los demás. Cada nuevo *like* me llena de felicidad. Mil *likes*, mil doscientos. Récord absoluto. Mi cerebro se estremece de placer, inmerso en un burbujeante baño de dopamina. Pienso que no miento, o que no lo hago del todo. Me siento, en realidad, como si hubiese ganado una fortuna.

[1] J. Gómez-Gardeñes, L. Lotero, S. N. Taraskin y F. J. Pérez-Reche (2016), «Explosive Contagion in Networks», *Nature* [<https://www.nature.com/articles/srep19767.pdf>], p. 1.

CAPÍTULO III

Tuitero rico, tuitero pobre

Bueno, estoy cansado de hablar de mí. Ahora me gustaría que tú hablaras un rato de mí.

Garfield

De algún modo el *sistema de reconocimiento* de las redes, el éxito o la popularidad que el usuario consiga en ellas, consiste en una metáfora de la distribución de la riqueza en el mundo analógico, una variante del Principio de Pareto que guarda semejanza con el reparto de la riqueza en el modelo capitalista. El 20 por ciento de los usuarios de las redes acumulan el 80 por ciento de los *likes* del mismo modo que el 20 por ciento de la población posee el 80 por ciento de la riqueza del mundo. No existe una prelación clara entre el mundo digital y el analógico, sino que más bien ambos dominios se retroalimentan sin dejar de mantener las distancias. Existe, digamos, una relación especular, pero siempre que imaginemos ese espejo como un deformante espejo de feria. Basta pensar hasta qué punto difieren los *amigos* de las redes (hablamos de cantidad y calidad) de los amigos de carne y hueso.

El éxito en las redes (*youtubers, influencers, etc.*) puede venir acompañado de cierto bienestar económico. Este éxito, normalmente limitado en el tiempo y casi nunca relevante, sirve, sin embargo, como modelo aspiracional de reconocimiento en una parte de la población constituida fundamentalmente por adolescentes. La *e-moción*[\[1\]](#), cuantificada en las redes a través de los emoticonos, funciona de algún modo como moneda; su acumulación aporta, por tanto, a los receptores un trasunto de riqueza que denominaré *riqueza e-mocional*. El *like* es la moneda

que circula (cuyos flujos, como afirmaba Marx, permiten auscultar el *metabolismo* -en este caso- no de las mercancías sino de los afectos) a través de la red, una moneda cuyo patrón ya no es el oro sino la popularidad. Resulta llamativo (y esto demuestra hasta qué punto los mundos virtual y analógico constituyen reflejos deformados el uno del otro) que los hombres y mujeres más ricos (salvo excepciones como la de Zuckerberg) carezcan de perfiles en las redes sociales. La relevancia mediática y la económica casi nunca van de la mano. Sin embargo, el ansia de acumulación de capital (económico, e-mocional) corre paralelo en ambos mundos. Esa es la corriente secreta que sostiene la analogía.

El acto esencial de nuestro tiempo no es el pensamiento sino el *like*, no el juicio sino la emoción. El pensamiento requiere tiempo: elaborarlo, transmitirlo, encontrar un receptor que lo decodifique. Sin embargo, la emoción es subitánea. Su velocidad de contagio supera con mucho a la del pensamiento. La emoción es el equivalente de la velocidad de la luz en el medio social. La emoción lubrica el circuito de la comunicación. La emoción resulta así un catalizador privilegiado de la transparencia. Como veremos más adelante, lo que llamamos sujeto transparente no es sino la encarnación de un virtual lógico-algorítmico, siendo la emoción y la lógica aspectos de esas dos categorías filosóficas que son *el acto* y *lo virtual*, respectivamente. Dicho de otra manera, si lo virtual está destinado a su actualización, el algoritmo adquiere su sentido y culminación a través de la e-moción.

Son muchas las voces que se levantan defendiendo que los usuarios de internet deberían recibir una renta mínima en razón de los datos que suministran a las corporaciones, datos que son rentabilizados por estas a través de anuncios que aportan beneficios millonarios y como materia prima para abastecer sus algoritmos de Aprendizaje Automático (AA). En efecto, esta nueva versión del trabajo hace que la

categoría marxista de plusvalía resulte obsoleta, pues el beneficio obtenido por las empresas se hace a costa de un esfuerzo que el ciberproletario por regla general aporta gustosa y graciosamente, de manera gratuita. Nick Srnicek se encarga de recordárnoslo en este fragmento:

Las actividades de los usuarios y de las instituciones, si se graban y se transforman en datos, se convierten en una materia prima que puede ser refinada y utilizada en plataformas de distintas maneras. Con las plataformas publicitarias en particular, los ingresos se generan mediante la extracción de datos de las actividades *online* de los usuarios, de los análisis de esos datos y de la subasta de espacios publicitarios para los anunciantes[2].

En realidad, la riqueza e-mocional funciona como un sucedáneo de ese dinero real, contante y sonante, que *el trabajador* de las redes deja de percibir. Es un pago en especie que aporta beneficios en forma de reconocimiento. ¿No son un puñado de *likes* una recompensa suficiente? ¿No es el deseo de reconocimiento, el *thymos*, la tercera parte del alma como afirmaban los griegos, una fuerza que está por encima de la satisfacción de las necesidades básicas? Francis Fukuyama pensaba, de hecho (al menos hasta la publicación de *El fin de la historia y el último hombre*), que la democracia liberal era el instrumento perfecto para canalizar esa ansia de reconocimiento. Pero había algo que Fukuyama no fue capaz de anticipar. Bueno, sí, él mismo tenía sus dudas, unas dudas que llega a esbozar en el capítulo final de su libro, «El último hombre»:

¿Debemos temer que lleguemos a la vez a ser felices y satisfechos con nuestra situación ya no de seres humanos sino de animales del género *homo sapiens*? ¿O bien persiste el peligro de que seamos felices en un nivel, pero todavía nos sintamos insatisfechos con nosotros mismos en otro, y de que, por consiguiente, estemos dispuestos a arrastrar al mundo hacia atrás, hacia la historia, con todas sus guerras, injusticias y revoluciones?[3]

Ha sido la emergencia de ese «peligro» la que motivó la escritura de un nuevo ensayo, *Identidad*[4], un texto que, si no desmiente las ideas de su anterior libro, sí se propone

matizarlas y adaptarlas a los tiempos que corren. «Este libro no se habría escrito si Donal J. Trump no hubiera sido elegido presidente en noviembre de 2016» es la rotunda frase con la que Fukuyama da comienzo a *Identidad*. Por si a alguien le cabía alguna duda, Fukuyama se encarga de aclarar en este último volumen que la democracia liberal no ha sido capaz de saciar ese *thymos*, ese deseo de reconocimiento que ahora se ha adherido a sentimientos de pertenencia y a una hipertrofia de la subjetividad. El nacionalismo y las redes sociales han venido a demostrar que la historia no estaba muerta. Dos décadas antes de la publicación del libro de Fukuyama, Manuel Castells dedicó el segundo volumen de su trilogía *La era de la información* a reflexionar sobre ese mismo tema, el de la identidad, así como su concreción en la insurgencia de movimientos religiosos, nacionalistas, ecologistas y feministas, movimientos cuyas recidivas, lejos de atenuarse, parecen haber aumentado su intensidad con el paso de los años. Dichos movimientos formarían parte de lo que el sociólogo denomina *identidad resistencia*:

[...] generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones/condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad, como Calhoun propone cuando explica el surgimiento de las políticas de identidad[5].

Fukuyama defiende en *Identidad* la existencia de un yo interno y otro externo, al tiempo que argumenta la paulatina preponderancia del primero (que surge, según él, en la revuelta protestante contra el ritualismo católico y evoluciona a través del pensamiento de Rousseau) hasta nuestros días, en los que es ese yo interno el que sobredetermina nuestra identidad frente a una exterioridad (que Castells denomina *identidad legitimadora*) que se entiende opresiva y discriminatoria. Tanto el nacionalismo

como los *ofendidos* (los de fuera y los de dentro de las redes) provendrían así de un (re)sentimiento común (la sensación de que su yo interno habría sido oprimido) y convendrían en el deseo de reivindicar su diferencia (su *racionalidad local*, que diría Vattimo) frente a una mayoría que -sienten ellos- les aplasta.

La teoría de Fukuyama del yo interno y el yo externo es fácilmente trasladable al omnipresente discurso de género. El yo externo es machista y/o racista y/o fascista. El yo externo parece aquejado de todos los males de la historia. El yo interno se configuraría a través de lo que la profesora de Derecho Kimberlé Williams Crenshaw denominó *interseccionalidad*, es decir, la idea de que la identidad es la coalescencia del género, la etnia, la nacionalidad, la discapacidad y un largo etcétera, siendo estas categorías inseparables entre sí. Cada una de esas capas aportaría un grado de inmunidad frente al yo externo heteropatriarcal. El resultado final, palpable en la calle y en las redes, es que la sociedad padece una enfermedad autoinmune cuyos síntomas se evidencian a través de la incomodidad con ciertos símbolos, con algunas obras de arte, con un considerable número de actitudes, con el uso de ciertas palabras; en definitiva, con todo aquello que se identifica con ese yo externo opresor que nos acucia desde los dominios de la política, la historia, la cultura, las costumbres o el lenguaje.

Ya sugerí que la riqueza e-mocional podría entenderse como un sustitutivo de la riqueza monetaria. En efecto, dado que la producción de mercancías se encuentra abocada al límite asintótico de los recursos materiales de nuestro planeta, la cultura de la abundancia ha de reconvertirse de algún modo. Los bienes materiales deben ser sustituidos por otro tipo de bienes de carácter simbólico. La cantidad de amigos virtuales así como la capacidad de influencia en las redes pueden llegar a ser un sucedáneo más que aceptable para buena parte de la

población, que debe adaptarse, por otra parte, a la depauperación en términos de vivienda y demás estándares de confort habituales hasta hace tan sólo unos pocos años. La búsqueda de reconocimiento por parte de los demás, esa parte del alma humana olvidada por el marxismo y recuperada para el discurso político por Fukuyama, podría explicar en última instancia esta nueva riqueza e-mocional de la que aquí hablamos, una óptica que parece compartir Maurizio Ferraris:

La lucha por el reconocimiento, a menudo imaginaria (pues en gran parte se desarrolla sin antagonismos, en una cámara de resonancia), tampoco tiene objetivos económicos, y si los tiene, están subordinados: queremos hacernos famosos y sólo en un suborden queremos ser ricos[6].

En realidad, esa especie de resignación, de renuncia a lo material en pos de la riqueza e-mocional (inmaterial) compensatoria no es sino la subjetivación de la primacía de la información sobre el objeto-mercancía. En efecto, la producción capitalista de mercancías se vio abocada hace tiempo (probablemente desde la década de los ochenta del pasado siglo) a la consunción de las materias primas y los recursos materiales. Sólo la información es susceptible de crecer de manera exponencial, de acuerdo a un bucle de retroalimentación positiva[7]. La red parece ser ese nuevo territorio sin límites donde el capital impera sin restricciones. Este hecho está en la base de lo que se conoce como *tecnología exponencial* y *organización exponencial*, una ideología difundida a través de la Universidad de la Singularidad (US), radicada en Silicon Valley, cuyo fin es el de sustituir el crecimiento -y la ganancia- lineal (desfasado, inadaptado a los procesos acelerados del siglo XXI) por el crecimiento exponencial en las empresas. Ray Kurzweil, padre fundador de la US, fundamenta su ideario en lo que él mismo denomina Ley de Rendimientos Acelerados (LOAR, por sus siglas en inglés), una especie de Ley de Moore[8] extendida a otras