

NEW LEFT REVIEW 128

SEGUNDA ÉPOCA

MAYO-JUNIO 2021

EDITORIAL

SUSAN WATKINS Cambios de paradigma 7

ARTÍCULOS

GEORGI DERLUGUIAN Una pequeña guerra mundial 28

ANTON JÄGER Regiones rebeldes 55

ESCUELA DE FRANKFURT Teorías de la necesidad 81

WILLIAM DAVIES Políticas del reconocimiento 95

FRANCO MORETTI *Bande à part* 115

KENTA TSUDA Cuestiones sobre el decrecimiento 127

CRÍTICA

DANIEL FINN Iglesia militante 150

J. X. ZHANG Los significados de Tiananmen 161

MICHAEL LIPKIN Domesticar a Hegel 175

WWW.NEWLEFTREVIEW.ES

© New Left Review Ltd., 2000

Licencia Creative Commons

Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

INSTITUTO
25M
DEMOCRACIA

SUSCRÍBETE

ts
traficantes de sueños



WILLIAM DAVIES

LA POLÍTICA DEL RECONOCIMIENTO EN LA ERA DE LAS REDES SOCIALES

EN LA DÉCADA posterior a la caída del Muro de Berlín, los teóricos críticos volvieron a prestar atención a lo que Charles Taylor denominó «la política del reconocimiento»¹. La demanda de reconocimiento, sugería Taylor, estaba ligada a las nociones modernas de identidad: el conocimiento por parte de una persona de cuáles son las características fundamentales que la definen, de quién es. Dado que nuestra identidad está modelada en parte por el reconocimiento de los demás, las personas pueden sufrir verdaderos perjuicios si la sociedad les refleja una imagen degradante de sí mismas. Así, en las sociedades patriarcales, las mujeres pueden verse inducidas a interiorizar una imagen sexista de sí mismas, a sufrir el dolor de la baja autoestima. El dominio blanco ha proyectado durante generaciones una imagen degradante de los negros, los indígenas y los pueblos colonizados, cargando a los oprimidos con formas incapacitantes de autodesprecio. A este respecto, el reconocimiento debido era una necesidad humana vital. Taylor consideró que la incierta búsqueda del reconocimiento estaba ligada a la emergencia, en el siglo XVIII, de las identidades individualizadas, basadas en un concepto de autenticidad interior. Por su parte, Axel Honneth esbozó en *Kampf um Anerkennung* (1992) una teoría moral en la que el reconocimiento, alcanzado mediante la lucha política, era constitutivo de la personalidad. Nancy Fraser desarrolló una réplica dualista, más tarde en diálogo crítico con Honneth,

¹ Charles Taylor, «The Politics of Recognition» [1992], en Amy Gutmann (ed.), *Multiculturalism and the «Politics of Recognition»*, Princeton (NJ), 1994; ed. cast.: *El multiculturalismo y la «política del reconocimiento»*, Madrid, 2003.

que equilibraba el reconocimiento con la redistribución en la búsqueda de la igualdad².

El momento en el que se produjo este giro hacia el reconocimiento fue significativo. Coincidió con el triunfo de la globalización capitalista, cuando los cimientos conceptuales de la teoría crítica y la política emancipadora eran profundamente discutibles y estaban siendo muy discutidos. Así como el hundimiento del socialismo de Estado debilitó la confianza de la crítica marxista, también el agresivo universalismo de mercado que le siguió produjo cierta indecisión respecto de la crítica kantiana. Por diferentes razones y de distintas maneras, Taylor, Honneth y Fraser acudieron al vínculo crítico existente entre las dos tradiciones: Hegel. El reconocimiento, en sus variedades concreta, cultural e histórica, debía convertirse en parte constitutiva de la justicia. Las dimensiones dialógicas de la subjetividad, subestimadas o dejadas de lado tanto por el marxismo como por el liberalismo, se integrarían en la teoría crítica y en la política radical.

Una razón clave para tomarse en serio la política del reconocimiento fue que esta tenía su propio impulso histórico y empírico. La exigencia de reconocimiento se había convertido en parte integrante de lo que Fraser denominó «los paradigmas populares de la justicia», la jerga moral de los movimientos sociales que emergieron después de la década de 1960. El multiculturalismo fue un hecho sociológico. A pesar de las amplias diferencias existentes entre estos teóricos, una de las razones por las que consideraron el reconocimiento filosófica y políticamente importante fue porque, de manera palpable, les importaba a los propios actores políticos y morales. La renovada teorización del reconocimiento fue, por lo tanto, una continuación de lo que Luc Boltanski había identificado como una vieja problemática: cómo registrar las reivindicaciones y el sufrimiento cotidianos de los actores «legos» con la metacrítica ofrecida por los estudiosos teóricos.

² Axel Honneth, *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*, Cambridge, 1995 [ed. cast.: *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*, Barcelona, 1997]; Nancy Fraser, «From Redistribution to Recognition? Dilemmas of Justice in a “Post-Socialist” Age», *NLR* 1/212, julio-agosto de 1995, y «Reconocimiento y redistribución», *NLR* 4, septiembre-octubre de 2000; Nancy Fraser y Axel Honneth, *Redistribution or Recognition? A Political-Philosophical Exchange*, Londres y Nueva York, 2003; ed. cast.: *¿Redistribución o reconocimiento?*, Madrid, 2006. Véanse también los debates acaecidos en 1997-1998 entre Fraser, Iris Marion Young, Judith Butler y Anne Phillips en las *NLR* 1/222, 1/223, 1/224, 1/227 y 1/228.

Reacciones

Tras la crisis financiera de 2008 y las protestas que la siguieron, la política del reconocimiento se ha convertido en una preocupación convencional y en una cuestión de fuerte controversia. Intelectuales de centro derecha como Francis Fukuyama o neoconservadores como Douglas Murray afirman que el orden liberal-democrático está siendo desestabilizado por las exigencias de reconocimiento identitario. Los «posliberales» de derecha y los católicos comunitarios atacan la fijación de la izquierda liberal por reconocer las heridas individuales y la violencia simbólica a expensas de las normas morales tradicionales. Los liberales también acusan a los populistas de caer en la política de identidad, racial o de otro tipo, produciendo una política de «posverdad»³. Y los medios de comunicación convencionales acusan habitualmente a las universidades de sostener una ideología moralmente relativista en la que todas las reivindicaciones de reconocimiento son igualmente legítimas.

En la mayoría de los casos, sin embargo, la nueva reacción contra la política del reconocimiento se enmarca también en términos de reconocimiento: se denuncia la «política de identidad» por privar a los hombres blancos, a la clase trabajadora o al Estado-nación del reconocimiento al que tienen derecho. La lucha por el reconocimiento se ha convertido en una carrera armamentística en la que las identidades culturales de la mayoría despliegan en su defensa el lenguaje de los derechos de las minorías. En contextos tales como el Brexit, los liberales se han sumergido también en reivindicaciones de reconocimiento identitario, con protestas en las calles, banderas y quejas de marginación cultural. La advertencia planteada por Fraser de que, en ausencia de cualquier teoría económica que ejerciese de contrapeso, la política del reconocimiento caería en un vulgar culturalismo, ha sido confirmada en todo el espectro ideológico. La política del reconocimiento ha adquirido más impulso de lo que cualquiera podría haber previsto en la década de 1990. En concreto, la esfera pública digital rebosa de alegaciones de falta de reconocimiento, no todas ellas de buena fe, y algunas usadas deliberadamente como herramienta de confusión.

³ Francis Fukuyama, *Identity: Contemporary Identity Politics and the Struggle for Recognition*, Londres, 2018; Douglas Murray, *The Madness of Crowds: Gender, Race and Identity*, Londres, 2019 [ed. cast.: *La masa enfurecida. Cómo las políticas de identidad llevaron al mundo a la locura*, Barcelona, 2020]; Daniel Luban, «Among the Post-Liberals», *Dissent*, invierno de 2020; Mark Lilla, «Two Roads for the New French Right», *The New York Review of Books*, 20 de diciembre de 2018.

Se presentan dos respuestas inmediatas. La primera es la de permanecer leal a las experiencias subjetivas de injusticia y los modos de articulación de dichas experiencias, incluso a costa de provocar una escalada en la guerra cultural. Esto conserva la ventaja de permitir a los grupos articular las heridas y las injusticias en sus propios términos; pero ese proceso lo está utilizando ahora la derecha como forma de satirizar y sabotear todos los discursos de justicia social, convirtiendo la política del reconocimiento en una trampa para la izquierda. La segunda respuesta sería cancelar por completo la política del reconocimiento y asumir una forma de crítica completamente efectuada desde el exterior, que ponga entre paréntesis el discurso y las reivindicaciones de las partes que han sufrido el daño, lo cual proporciona una salida aceptable de la política cultural, pero elude las cuestiones democráticas de cómo dar voz al sufrimiento y a la agencia a los marginados. Fraser anticipó estas dificultades con notable precisión, observando que la inflación del reconocimiento como categoría política corría el riesgo de desplazar las injusticias materiales y de reificar identidades simplistas, que podrían volverse cada vez más insulares. Su respuesta proponía una teoría bidimensional de la justicia en la que la igualdad de la participación política esté respaldada por el reconocimiento del estatus y por la redistribución material, ambos mutuamente interdependientes. El reconocimiento no constituiría un fin en sí mismo, sino que sería un componente necesario de la libertad positiva⁴.

Mi intención en este artículo es la de abordar la actual explosión de reivindicaciones de reconocimiento desde una perspectiva distinta: considerar de qué modo las transformaciones en la esfera pública han conducido a una mutación en la exigencia y la aceptación del reconocimiento. La condición clave para esto es la plataforma digital, que ha marcado el inicio de una nueva era de participación pública en la que nadie alcanza nunca adecuadamente el reconocimiento del estatus y, por lo tanto, la injusticia parece ubicua. En la economía de la atención de las redes sociales es posible que los actores públicos ansíen el reconocimiento, pero tienen que aceptar, por el contrario, cantidades variadas de «reputación» o simplemente la «reacción» de retroalimentación del comentario inmediato. La tarea, sugiero, es conservar cierta lealtad al modo en el que se articulan las críticas y las expresiones de sufrimiento cotidianas, pero también armarnos de recursos críticos contra los trucos más recientes utilizados por lo que Jodi Dean ha llamado el «capitalismo comunicativo». El ascenso del capitalismo de plataformas ha ocasionado

⁴ N. Fraser, «Reconocimiento y redistribución», cit.

una fase nueva que es necesario comprender, si no queremos que la crítica quede atrapada por la lógica de evaluación y provocación propia de las plataformas.

Articular la injusticia

Las teorías críticas del reconocimiento parten de la intuición de que la falta de reconocimiento es una forma de perjuicio moral que debilita la autoestima y la capacidad de alcanzar una personalidad plena, pero que también motiva la lucha por la justicia. Basándose en la teoría intersubjetiva hegeliana de la agencia moral, Taylor y Honneth sostienen que la individualidad personal se desarrolla a través de las relaciones sociales, con respecto a la familia, la sociedad civil y el Estado. Taylor considera que el problema se agudizó con la llegada de la modernidad, porque el reconocimiento no podía establecerse ya exclusivamente a través de la tradición o el ritual. Se esperaba que los propios individuos se desarrollasen de modo distintivo y autónomo, pero luego se descubrió que dependían de otros para reconocer su yo auténtico. La subjetividad moderna tenía una dimensión precaria, puesto que la verdad debe emerger del interior, pero su validación debe concederse socialmente. «Lo que ha traído la edad moderna –sostenía Taylor– no es la necesidad de reconocimiento, sino las condiciones en las que el intento de ser reconocido puede fracasar»⁵.

Para Taylor, esta precariedad era síntoma de la esfera pública burguesa, que usurpó sistemas de valoración anteriores basados en el honor. Se organizaba en torno a dos ideales potencialmente en conflicto. Por una parte, los individuos entraban en ella como iguales sin traer con ellos ningún estatus previo. En el lenguaje del reconocimiento, esto supone respetar la dignidad igual de todos los seres humanos (aunque en la práctica solo de los propietarios). Por otro lado, su gran logro fue el de establecer nuevas gradaciones de valor basadas en la crítica, la opinión y la deliberación, y no en el honor. Bajo la democracia liberal, buena parte del valor del reconocimiento –como artista, político o empresario– derivaba precisamente del hecho de que *no* está igualmente distribuido, sino que se gana mediante un principio de mérito. Honneth se refería a él, de manera aprobatoria, como el principio del logro individualista, que garantizaba que el reconocimiento no pudiera darse por sentado. Todos recibían un reconocimiento igual por tener potencial cultural, pero no por el uso que hacían de ese potencial.

⁵Ch. Taylor, «The Politics of Recognition», cit., p. 35.

Un cuestionamiento clave radica en cómo se maneja este equilibrio entre el reconocimiento de la igualdad y el reconocimiento de la desigualdad. La ambiciosa teoría de la justicia como reconocimiento de Honneth ofrecía una respuesta. Honneth articulaba tres ámbitos en los que el reconocimiento se otorga de diferentes formas: dentro de la familia, en forma de amor; dentro del sistema jurídico, en forma de derechos; y en la sociedad civil y la esfera pública, en forma de estima y solidaridad. La tarea del sistema jurídico es la de asignar igualdad de derechos, pero la tarea de la sociedad civil y de la esfera pública es la de diferenciar culturas, méritos e identidades. El reto de Honneth al marxismo, y a Fraser en su intercambio de ideas, es el de sugerir que incluso el conflicto de clases y las demandas de redistribución están avivados originalmente por la herida de la falta de reconocimiento; por ejemplo, que el mercado de trabajo no reconozca adecuadamente la aportación del trabajador a la producción.

El objetivo principal de Honneth era establecer un puente sobre la línea divisoria existente entre «una teoría moral que se retrotrae a Kant, por una parte, y la ética comunitaria, por otra»⁶. La función psicológica constitutiva del reconocimiento proporcionaba el principio normativo universal, mientras que las condiciones y las luchas por el reconocimiento eran históricas y locales. Pero estas tenían también el efecto de democratizar la articulación de la injusticia, de manera tal que la agencia crítica y la moral podían derivar de la persona que experimentaba la falta de reconocimiento y no simplemente de quien observaba dicha falta. Al basar su interpretación de la falta de reconocimiento en la psicología social, específicamente en la obra de George Mead, Honneth esperaba que su teoría fuese suficientemente amplia como para abarcar las múltiples formas no públicas y «no políticas» en las que se deniega el reconocimiento, por ejemplo en el hogar, con un considerable coste para la persona.

Crítica y capital

La apertura de la teoría crítica a las experiencias vividas de injusticia ha aportado considerables dividendos empíricos y teóricos. En un momento en el que se ponían en duda los vehículos de emancipación política, hacía falta una cierta humildad teórica que prestara atención a las múltiples formas en las que los individuos articulan los sentimientos de injusticia y a las formas de restauración y reconocimiento que

⁶ A. Honneth, *The Struggle for Recognition*, cit. p. 173.

buscan. Confrontada por un régimen capitalista que estaba reduciendo todos los valores a cuantificaciones de mercado, la tarea de la teoría crítica no era superponer otro criterio monológico de justicia, sino defender y explorar las condiciones de reivindicaciones normativas opuestas. Esta explicación pragmatista de la justicia ha sido ampliada filosóficamente por Rainer Forst, para quien el derecho a la justificación se sitúa por delante de todos los demás. También proporcionó la premisa para la «sociología de la crítica» desarrollada por Luc Boltanski y sus coautores, que –en reacción a la sociología de Bourdieu– partían de la premisa de que la exigencia de justificación es un rasgo constante de las disputas cotidianas⁷. En *El nuevo espíritu del capitalismo* (2002), Luc Boltanski y Ève Chiapello mostraban que la crítica al capitalismo podía asumirse como justificación para establecer reformas de gestión capitalista con el objetivo de aumentar los beneficios. Su estudio era inquietante, porque planteaba la cuestión de si el capitalismo y la crítica eran necesariamente ajenos y opuestos entre sí. El capitalismo posfordista parecía extraer energía e ideas de las exigencias críticas que defendían una existencia auténtica y no mercantilizada. La lectura pesimista de ello era que la crítica moderna estaba acabada, pero la optimista era igualmente inquietante para la izquierda: quizá la búsqueda de la inclusión y el respeto en el mercado fuese una lucha tan auténtica como cualquier otra.

Esto nos lleva a uno de los rasgos más polémicos de la política del reconocimiento y al meollo del debate entre Honneth y Fraser. ¿Es el mercado simplemente una de las muchas esferas de la justicia en las que se lucha por el reconocimiento, como han sugerido Honneth y Boltanski? ¿O es un ámbito excepcional y paralelo de la injusticia, que tiene una capacidad singular para privar de poder y herir a las personas, con independencia del reconocimiento, como sostenía Fraser en respuesta? De acuerdo con la primera perspectiva, los precios monetarios (salarios incluidos) son una de las muchas formas en las que se puede expresar y sentir la estima, y una de las muchas áreas en las que continúa la lucha por el reconocimiento. De acuerdo con esta última perspectiva, las injusticias distributivas del mercado ejercen sobre las personas una fuerza independiente, que no tiene en cuenta la estima cultural o moral que se les tiene.

⁷ Luc Boltanski y Laurent Thévenot, *On Justification: Economies of Worth*, Princeton (NJ), 2006; ed. orig.: *De la justification: les économies de la grandeur*, París, 1991; y Luc Boltanski, *On Critique: A Sociology of Emancipation*, Cambridge, 2011; ed. orig.: *De la critique: Précis de sociologie de l'émancipation*, París, 2009; ed. cast.: *De la crítica. Compendio de sociología de la emancipación*, Madrid, 2014.

Lo que ninguna de las posiciones capta, o prevé, es que el capitalismo neoliberal despliega los mercados en dos sentidos a la vez, fortaleciéndolos como base racional única para la distribución material y ampliando simultáneamente el alcance de la valoración mercantil hacia esferas no relacionadas con el mercado como norma cultural. Fuera del mercado –en la educación, las artes, los medios de comunicación, la atención sanitaria y la sociedad civil– se fomentan la métrica, las clasificaciones, la contabilidad financiera y la teoría económica neoclásica como *lingua franca* de la justificación pública. Esto sirve para imponer una disciplina similar a la del mercado en esferas de intercambio social y cultural, estableciendo índices fijos de cómo deben juzgarse las desigualdades de mérito y logro. A medida que la esfera pública se organiza cada vez más en torno a criterios de juicio y justificación numéricos –encuestas, clasificaciones, sistemas de puntuación– también crece el alcance potencial del mercado. La lucha por el reconocimiento se canaliza hacia el terreno de lo calculable.

Fraser defiende un dualismo de perspectiva atento simultáneamente a las dimensiones culturales y económicas entrelazadas de la injusticia. La crítica al capitalismo neoliberal exige algo similar, aunque más que examinar cómo se retienen el reconocimiento y la redistribución, necesitamos observar el establecimiento de espacios cuasi mercantiles en los que la estima cultural y moral se asigna a la autoconfianza, la innovación y la familia⁸. El juicio cultural supremo en dicho contexto es si un individuo, una organización o un espacio constituyen una inversión valiosa para el futuro; y la herramienta suprema para determinarlo es la plataforma.

Reconocimiento mercantilizado

En el siglo XXI ha surgido un nuevo modelo empresarial capitalista diseñado para maximizar la recopilación y la explotación de datos digitales. La plataforma es un tipo de infraestructura digital que permite a los usuarios interactuar, ya sea en forma de transacciones mercantiles, de intercambio social, o mediante una combinación de ambas. En el interesante análisis efectuado por Nick Srnicek, las plataformas tienen una serie de rasgos específicos. En primer lugar, proporcionan una infraestructura básica, como la aplicación de Uber, para mediar entre un número muy elevado de personas. En segundo, se benefician de los efectos de red a tenor de los

⁸ Véase Melinda Cooper, *Family Values: Between Neoliberalism and the New Social Conservatism*, Nueva York, 2017.

cuales los nuevos usuarios se unen a la misma porque allí es donde están los demás. Además, las plataformas se subvencionan recíprocamente, ofreciendo servicios «gratuitos» en función de los ingresos obtenidos en otra parte. Y, por último, aprovechan los datos obtenidos para afinar constantemente sus interfaces y reglas de modo tal que les permita atraer y conservar tantos usuarios como sea posible⁹.

Estas características se combinan para producir un nuevo tipo de capital monopolístico que se alinea con los intereses de las finanzas bursátiles en una era inundada de crédito barato. En todo tipo de áreas, desde la venta al por menor hasta la búsqueda de redes sociales, los capitalistas de plataforma apelan a los instintos especulativos de los inversores pacientes, centrándose principalmente en el crecimiento y en la apreciación del valor de los activos, y solo recientemente en el beneficio. Amazon, cuyo fundador es ahora el hombre más rico del mundo, necesitó catorce años para ser rentable. Uber prevé salir de los números rojos en 2021, doce años después de su lanzamiento. El beneficio, cuando llega, es una renta extraída sobre la base de que los usuarios, tanto de pago como gratuitos, tienen una escasez de fuentes alternativas a su disposición.

Incluso en ausencia de rentabilidad, el capital de plataforma extrae valor de otras formas económicas cuya viabilidad debilita. La apreciación del valor de los activos de la plataforma se produce mediante el deterioro de las perspectivas sociales en otra parte: lo que Facebook hace con el periodismo, Spotify con la música y Uber Eats con los restaurantes independientes. En cada uno de estos casos, el medio básico para acceder a un mercado o a un público se privatiza y se convierte en una oportunidad para la extracción de renta. Esto representa una nueva fase de lo que David Harvey denomina acumulación por desposesión, con la diferencia de que lo que es objeto de apropiación es la infraestructura de la sociedad civil, y de que son empresas de nueva creación rápidamente capitalizadas las que efectúan esta desposesión sin la intervención directa del Estado. La contribución más importante de los Estados al capital de plataforma es la negligencia reguladora, basada en la ortodoxia de la Escuela de Chicago que postula que mientras no se les suban los precios a los consumidores, todo va bien¹⁰. Un punto de inflexión en el

⁹ Nick Srnicek, *Platform Capitalism*, Cambridge, 2017.

¹⁰ Sabeel Rahman y Kathleen Thelen, «The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-First-Century Capitalism», *Politics & Society*, vol. 47, núm. 2, junio de 2019.

desarrollo de la economía de plataforma fue 2007, cuando se lanzó el iPhone, que permitió una integración más espacial de las plataformas y el crecimiento repentino de los usuarios de Facebook, pero también el año en el que comenzó la contracción del crédito que señaló la llegada de la crisis financiera. Como detalla Srnicek, la crisis suscitó tres cambios que proporcionaron las condiciones para que las plataformas prosperasen: la implementación de políticas monetarias excepcionales, que empujaron más a los inversores hacia las empresas tecnológicas de nueva creación poco rentables y de alto riesgo en busca de beneficios; el acaparamiento generalizado de dinero líquido y la evasión de impuestos por parte de empresas como Google; y una fuerza de trabajo debilitada y subempleada, que estaba dispuesta a aceptar los empleos precarios y altamente vigilados que ofrecía la economía de plataforma.

Una novedad del modelo empresarial de las plataformas es que admite formas de valoración mercantiles y no mercantiles mediante una sola infraestructura. Así, Uber proporciona la infraestructura de la que depende el sistema de precios del transporte municipal, pero también medios para la evaluación moral de los conductores. Facebook permite a los usuarios compartir contenidos y conferir estima mutua, pero también les vende a los anunciantes acceso a dichos usuarios. Para aquellos raros individuos que ganan dinero como estrellas de Instagram o YouTube, el truco es el mismo: cómo sostener un personaje *no mercantilizado* suficientemente atractivo, que cuando haga falta pueda ser hábilmente mercantilizado con fines de emplazamiento publicitario o de patrocinio. El principio del logro individualista identificado por Honneth se canaliza cada vez más a través de la economía de plataforma en la que los valores culturales y morales se indican mediante sistemas digitales de calificación, retroalimentación y evaluación. El problema de la autenticidad, que Taylor consideraba un aspecto crucial del yo moderno, está cada vez más mediado por interfaces digitales.

Capturarlo todo

Por su propia naturaleza, las plataformas recogen más datos de los que necesitan en un momento dado por si estos resultaran tener algo de valor en el futuro. Los datos no solo incluyen la retroalimentación –por ejemplo, informes de satisfacción de los clientes– sino la «prealimentación»: enormes bancos de huellas de conducta, depositadas por defecto, que podrían algún día aprovecharse para un fin aún desconocido, lo

cual aumenta la futuridad especulativa de la proposición de valor que las empresas sin beneficios presentan a sus inversores. Ello también establece una diferencia absoluta entre la vigilancia basada en las plataformas y los modelos de evaluación mercantilizados que se convirtieron en característicos de la gobernanza neoliberal desde finales de la década de 1980. Mientras que estos últimos pretendían imponer una métrica estricta como forma de disciplina de gestión –objetivos, encuestas de satisfacción, tablas de clasificación–, la teleología de la plataforma es tenerlo *todo* en cuenta. La erosión constante de la privacidad está en función de un modelo empresarial que se niega a especificar qué busca y que en consecuencia debe capturarlo todo.

Muchos mecanismos de vigilancia se despliegan de modo agresivamente orientado al mercado en el que las condiciones de evaluación están perfectamente claras. Destacan en especial en el trabajo sistematizado, como la conducción, las entregas a domicilio y los inventarios de almacenes, donde la gestión neotaylorista del tiempo y del espacio se vuelve cada vez más explotadora. La tecnología portátil aumenta las posibilidades de ello, como atestiguan los nefastos informes sobre los almacenes de Amazon. Pero para el «usuario» de la plataforma no hay más orden disciplinaria que la de ser tan «auténticamente» él/ella como sea posible en la expresión social, cultural, política y moral de uno mismo. Para que los datos que recopilan sean lo más ricos y extensos posibles, las plataformas –en especial las redes sociales– necesitan ser espacios en los que la gente emprende una especie de lucha por el reconocimiento.

Esto representa una transformación histórica de la esfera pública. Los espacios en los que se distribuyen la estima y el mérito se han privatizado, lo que permite analizarlos mejor para adquirir conocimientos empresariales y financieros. La queja planteada por Habermas de que, a partir de la década de 1870, la rutinización y la industrialización destruyeron la esfera pública burguesa ya no es aplicable a esta nueva realidad en la que el caos, la hilaridad, la fragmentación y los aluviones impredecibles de «influencia» cultural se han convertido en la norma. En ausencia de limitaciones de espectro o de cuellos de botella editoriales, la gama de opiniones políticas aireada en este espacio de medios es ilimitada, lo que ofrece nuevas oportunidades para que se organicen movimientos minoritarios. La rutinización y la industrialización han pasado a la trastienda, donde se produce el análisis de datos, fuera de la mirada del usuario.

La ideología de mercado sí continúa ejerciendo una influencia difusa sobre el público de las plataformas mediante las ansiedades económicas y existenciales latentes del yo en la era del capital de vigilancia. Como sostiene Michel Feher, mientras que los intelectuales neoliberales prometían una sociedad de innovación dinámica y creatividad empresarial, el capitalismo neoliberal ha producido en la práctica infraestructuras que existen como sistemas de calificación crediticia generalizados, que median las relaciones inversor-sujeto receptor de la inversión en numerosas escalas, desde el Estado-nación hasta el titular individual de una tarjeta de crédito. Las plataformas pueden ahora servir como dispositivos de calificación crediticia en sentido literal, permitiendo evaluar la solvencia en función de una amplia gama de conductas no solo limitadas a la esfera económica, sino que incluyen potencialmente las conexiones sociales y las calificaciones crediticias de las amistades de cada persona. La expresión «todos los datos son datos crediticios» se ha convertido en el lema del sector del análisis crediticio. Pero el argumento de Feher tiene un alcance mucho mayor. El capitalismo neoliberal mantiene un requerimiento moral generalizado de comunicar el propio valor en forma de capital humano a los inversores potenciales: acreedores en el sentido estricto del término, pero también a quienes invierten su tiempo, atención o energía emocional a cambio de un «rendimiento» futuro. La lógica de la apreciación del capital humano ve cómo convergen el juicio moral y el financiero: todo individuo debe aspirar a ser evaluado como atractivo, positivo, responsable e innovador¹¹. La principal incertidumbre financiero-moral es dónde invertir: qué calificaciones adquirir, con quién casarse, dónde vivir, *quién ser*. El corolario es que todos necesitamos recibir las calificaciones más altas posibles, ser dignos de inversión entrante.

Lo que implica esto es que, mientras que la democracia liberal postulaba una lucha por el reconocimiento, el neoliberalismo lo convierte en una lucha por la reputación. El logro cultural de la sociedad comercial, de acuerdo con Honneth, que se basa a su vez en Hegel, fue que permitió a los individuos confrontarse unos con otros en virtud del principio de la igualdad a través del intercambio. El ascenso de la crítica en la esfera pública burguesa permitió que se juzgara a las obras de arte en función del principio de autonomía estética, es decir, independiente del estatus. El crítico ideal se asemejaba al consumidor ideal en el mercado puntual,

¹¹ Véase Michel Feher, *Rated Agency: Investee Politics in a Speculative Age*, Nueva York, 2018; Michel Feher, «Self-Appreciation; Or, The Aspirations of Human Capital», *Public Culture*, vol. 21, núm. 1, 2009.

determinando el valor de cada producto en virtud de los méritos intrínsecos de este. Pero si, como sostiene Feher, el capitalismo neoliberal reconfigura las relaciones sociales en torno al modelo de la inversión financiera, la esfera pública pasa a estar regida por una temporalidad muy distinta. El valor no se establece en el intercambio, sino como especulación sobre el futuro, calculada sobre la base de datos del pasado, es decir, en función de la reputación. Dispositivos, identidades, acciones morales y reivindicaciones políticas pasan a ser considerados como una adición suplementaria a un archivo de conducta previa, revelando un patrón que se proyectará hacia el futuro. El presente no es más que un punto de datos siempre nuevo.

Economías de la reputación

La esfera pública bajo el capitalismo de plataformas difiere de la del capitalismo de imprenta de diversas maneras. Habermas sostenía que este último emergió lentamente a partir de las redes epistolares privadas, hasta que el intercambio de opiniones adoptó gradualmente el carácter público del intercambio discursivo entre extraños; al fin, la «opinión pública» se convirtió en un fenómeno incorpóreo y autónomo¹². El ascenso de las plataformas ha trastocado este proceso, ya que el discurso público nunca va separado de la identidad y el estatus de los participantes, excepto cuando la identidad está deliberadamente disfrazada de táctica política con el objetivo de provocar. Un hilo de conversación en una plataforma deja un rastro, que permanece adjunto a la identidad digital de ambas partes, y sirve como una especie de inversión (positiva o negativa) en la reputación de ambas. Opinión, juicio y crítica no existen ya en forma autónoma, sino que se convierten en mediadores de las relaciones sociales y las inversiones.

En el plano cultural y psicológico, ello tiene el efecto de hacer que todos los usuarios de plataformas sean conscientes de qué impresión están causando y de cómo podría esto beneficiarles en el futuro. Como observa Richard Seymour, la industria social garantiza que todos seamos famosos¹³. Mantener una conducta potencialmente «desagradable» se convierte en un riesgo reputacional. El modelo de las declaracio-

¹² Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge, 1989; ed. cast.: *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, 1981.

¹³ Richard Seymour, *The Twittering Machine*, Londres, 2019.

nes públicas es el de las relaciones públicas financieras: venderse uno mismo y el contenido propio como una «compra» que compensará a lo largo del tiempo. La crítica pierde la autonomía que obtuvo en la esfera pública burguesa y a cambio se convierte en un tipo de recomendación, como un consejo bursátil. A su vez, esto delimita drásticamente la autonomía del escritor, el crítico o el intelectual público a no ser que logren de algún modo no tener en cuenta el archivo de datos en el que ellos y sus seguidores están haciendo sus depósitos¹⁴. Pero incluso esa falta de atención es una especie de depósito.

Si la reputación es una forma de capital que se acumula con el tiempo, la reacción es la moneda en la que se efectúa la inversión. Gustar, comprar, compartir, seguir y, sobre todo, la atención son las formas en las que la reputación se acumula positivamente. Pero a diferencia de la crítica, que hace un llamamiento a un tipo de criterio normativo externo, el ideal de reacción es el de una respuesta autónoma que evita la conciencia o la deliberación. Como el foco en la atención, manifestada en los movimientos oculares, que constituyó uno de los rasgos iniciales de la psicología moderna, la reacción (sinónimo de la categoría conductista de la respuesta) proporciona un medio para adaptar cuestiones normativas de elección y juicio¹⁵. La infraestructura de vigilancia del capitalismo de plataforma tiene acceso privilegiado a las reacciones a través de las cuales se hacen o deshacen reputaciones. Si todo –desde la tecnología doméstica hasta el cuerpo humano y el entorno construido– puede convertirse en interfaz, todas las conductas pueden atribuirse a reacciones de uno u otro tipo, como sucedía en las fantasías conductistas de B. F. Skinner. Al frente del capitalismo de plataforma no solo se sitúa el reconocimiento facial, sino también la «analítica facial», que intenta detectar cómo están cambiando los estados de ánimo y los sentimientos en respuesta a estímulos dados.

Si es posible invertir en una reputación y hacerla crecer con el tiempo, es igualmente posible ser «vendido en corto» por este mercado semifinanciero, perjudicado por el troleo o los ataques digitales concertados. Plataformas de redes sociales como Twitter hacen de mercado del capital humano, donde las reputaciones suben y bajan en respuesta

¹⁴ Véase Christian Lorentzen, «Like This or Die: The Fate of the Book Review in the Age of the Algorithm», *Harper's*, abril de 2019.

¹⁵ Jonathan Crary, *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle and Modern Culture*, Cambridge (MA), 1999; ed. cast.: *Suspensiones de la percepción. Atención, espectáculo y cultura moderna*, Madrid, 2008.

al sentimiento de las masas. Pueden desarrollarse burbujas en las que una reputación creciente tenga por resultado la obtención de más seguidores, reacciones más amplias y más seguidores aún. Parte de la emoción sádica de esta esfera pública convertida en juego radica en el riesgo que corren personas con reputaciones elevadas de verse drásticamente expuestas de manera negativa. Como sostiene Emily Rosamond, estos niveles elevados de «volatilidad reputacional» abren el camino a una «guerra reputacional», en la que el valor del capital sea atacado y destruido¹⁶. Esto genera la amenaza conocida coloquialmente como ser «cancelado» en la que una reputación individual sencillamente es aniquilada, como una quiebra, pero también aumenta hasta afectar a la política nacional. Véanse las intervenciones de Trump, Bolsonaro, Modi *et al.*

En la esfera pública analógica, el reconocimiento del logro requería (idealmente) un acto de representación: el crítico representaba a la obra de arte, mientras la celebraba o la denunciaba, al igual que el portavoz representaba a una identidad política en el acto de afirmarla. A menudo la representación errónea era una de las causas del reconocimiento erróneo. En la economía reputacional de las plataformas, sin embargo, los procesos de representación son sustituidos por los de recopilación y presentación: se extrae un fragmento de «contenido» del enorme archivo de datos y se comparte, como un tipo de inversión –o desinversión– en una reputación. Eliminar o jugar con el contexto del material citado se convierte en una forma clave de actuar sobre las reputaciones. En la esfera pública digital todo es un tipo de representación errónea, siendo la única cuestión por resolver si añade valor a lo representado inadecuadamente o se lo quita.

La idea normativa de la sociedad civil burguesa es la del mercado liberal en el que los extraños se encuentran entre sí como iguales. La idea normativa de la economía de la reputación es una economía capitalista de rivalidad y desigualdad¹⁷. Cada participante llega con una cantidad distinta de capital reputacional y se ve inmediatamente confrontado por

¹⁶ Emily Rosamond, «From Reputation Capital to Reputation Warfare: Online Ratings, Trolling and the Logic of Volatility», *Theory, Culture & Society*, vol. 37, núm. 2, marzo de 2020.

¹⁷ Foucault hace la observación importante de que la transición del liberalismo al neoliberalismo se observa en una defensa cambiante del mercado, desde aquella que resalta el intercambio a través de la igualdad, hasta la competencia a través de la desigualdad: *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France 1978-1979*, Londres, 2008; ed. orig.: *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France 1978-1979*, París, 2004; ed. cast.: *Nacimiento de la biopolítica: Curso del Collège de France (1978-1979)*, Madrid, 2009.

el dominio de aquellos que poseen más. Los efectos de red producen, como es bien sabido, distribuciones de la ley de potencias en las que unos pocos nodos reciben una abundancia de conectividad y participación, mientras que la enorme mayoría recibe muy pocas. Culturalmente, esto se traduce en una emoción políticamente potente: el resentimiento. Las espirales virtuosas y viciosas de reputación significan que el mérito y la estima nunca parecen distribuidos de manera equitativa. Alguna otra persona parece llevar siempre la delantera y por esa razón hay que derribarla. La presidencia de Trump fue una poderosa exhibición de la lógica normativa del capitalismo de plataforma: el hombre más poderoso del mundo, que es también una celebridad con 73 millones de seguidores en Twitter, se hallaba permanentemente preocupado por la injusticia con la que se le trataba y por la idea de que merecía un mayor reconocimiento, siendo eliminado posteriormente por el director ejecutivo de la plataforma mediante un pequeño ajuste algorítmico, lo cual, por un momento, desplegó tras la cortina digital las anticuadas maquinaciones políticas del capitalismo estadounidense.

Esta es la trampa que el capitalismo de plataforma pone a sus usuarios: ofrece la posibilidad de un reconocimiento que nunca cumplirá, porque no puede cumplirla. Si, como sostenía Taylor, el ideal de «identidad generada interiormente» propio de la modernidad dio una nueva importancia al reconocimiento, la esfera pública digital contempla una exposición continua del yo interior en la lucha por ser reconocido, un objetivo que nunca alcanza¹⁸. En lugar de reconocimiento, el yo recibe mera reacción y, con suerte, una apreciación en su reputación. Para muchos usuarios de las redes sociales, esto produce una exposición creciente al dolor, injusticia y falta de reconocimiento, que se unen a diversas formas de reacción, algunas de apoyo, otras menos. La emoción, que tradicionalmente los conductistas estudiaban en términos completamente observables, se vuelve *exclusivamente* observable, un tipo de actuación pública que se escinde de la parte del yo que, para Honneth, necesita ser reconocida para realizarse como personalidad.

La falta de reconocimiento generalizada

La economía de la reputación asegurada por el capitalismo de plataforma ha desempeñado una función importante en el crecimiento y en la mutación de la política del reconocimiento desde la crisis financiera.

¹⁸ Ch. Taylor, «The Politics of Recognition», cit., p. 34.

Con esto no pretendemos culpar sin más a «Internet» de la política identitaria, pero sí resaltar que en la esfera social y cultural ha penetrado un nuevo tipo de racionalidad, que convierte la distribución de la estima en un tipo de competencia intercapitalista. Las controversias sobre la supuesta amenaza para la esfera pública liberal, que emana de las universidades y de la izquierda, pasan a menudo por alto la transformación más estructural impulsada por Silicon Valley.

Los argumentos político-culturales presentes en la anglosfera giran con frecuencia en torno a la cuestión de la libertad de expresión y a la necesidad de rescatarla de los «identitarios». En el Reino Unido, el gobierno de Johnson está decidido a legislar para obligar a las universidades a sostener normas de «libertad de expresión». Si bien estas alegaciones se hacen a menudo de mala fe y con pruebas escasas –por no mencionar el aplastamiento adjunto de cualquier libre expresión de puntos de vista islamistas–, la tarea debería ser la de proporcionar un diagnóstico más preciso sobre la decadencia de las normas liberales, no la de negar que se hayan producido cambios. Esto exige prestar una gran atención al modelo empresarial capitalista y a los interfaces de los que la sociedad civil y la esfera pública dependen cada vez más. Los debates sobre la censura y la «denegación de acceso a plataformas» a los hablantes se guían a menudo por la búsqueda de ventaja reputacional –por parte de instituciones, individuos y movimientos sociales– y por la necesidad de evitar el daño reputacional. Así es como está estructurada en la actualidad la política del reconocimiento.

Como desde hace tiempo sostienen los estudiosos gramscianos, un modelo empresarial capitalista no solo determina las relaciones de producción, sino que también se refleja en el modo de actividad política y cultural que lo acompaña, proporcionando potencialmente un punto de apoyo para la crítica y la resistencia. Los debates en torno al fordismo y al posfordismo se preguntaban qué tipo de elementos culturales y políticos facilitaban estos y se interrogaban sobre cuáles eran los nuevos modos de organización y colectivismo que podían emerger de ambos. Para Jeremy Gilbert, es necesario plantear preguntas similares acerca de qué tipo de movilizaciones características del partido político podrían o no estar disponibles a partir del formato de la plataforma digital¹⁹. Más allá de su propia aplicación inmediata, las nuevas tecnologías y las nuevas relaciones económicas también reconfiguran los procesos de la vida política y cultural.

¹⁹ Jeremy Gilbert, «An Epochal Election: Welcome to the Era of Platform Politics», *openDemocracy*, 1 de agosto de 2017.

Esta perspectiva tiende a resaltar las oportunidades positivas que brindan para nuevas estrategias políticas, pero también es necesario identificar los resultados negativos. Las plataformas representan un punto de inflexión en los combates morales y culturales de la modernidad. No solo transforman las relaciones de producción, sino que modifican también el formato en el que se distribuyen socialmente el estatus y la estima. Están remodelando las luchas por el reconocimiento de manera no menos decisiva que lo hizo en su momento el nacimiento de los medios de comunicación impresos. Al mismo tiempo, su lógica es tal que el efecto principal es el de generalizar un sentimiento de falta de reconocimiento, aumentando la urgencia con la que las personas buscan este, pero sin llegar nunca a satisfacer totalmente esta necesidad. Un efecto de este proceso es el aumento de grupos que se *sienten* relativamente privados, hasta el punto de la insurrección política. En términos de la perspectiva dualista de Fraser, una de las principales cuestiones planteadas por la política contemporánea es cómo y por qué personas económicamente privilegiadas y culturalmente incluidas pueden acabar sintiendo que no son ninguna de esas dos cosas.

En este contexto se han abierto dos caminos, uno endógeno y otro exógeno. El camino endógeno sigue el ejemplo de la sociología pragmatista, animando a los movimientos políticos a trabajar aprovechando la economía de la reputación especulativa para sabotear los centros de poder. A pequeña escala, esto podría significar simplemente la movilización de memes y troles para aumentar el valor del capital de un sujeto político insurgente o debilitar el de un poder asentado. Este tipo de guerra de reputación lo usó manifiestamente la dirección de campaña de Trump, pero la izquierda la utiliza mucho. Organizaciones como Greenpeace han trabajado para atacar el valor de marca, afectando gráficamente a galerías de arte y a museos que admiten patrocinio de la industria petrolífera, por ejemplo. Feher defiende un tipo de «activismo de los sujetos receptores de la inversión», que plantea el conflicto de clase fundamental en el seno del capitalismo neoliberal como un conflicto financiero entre inversor y el mencionado sujeto receptor de la inversión. En esta perspectiva, la resistencia debería dirigirse contra el valor de mercado de los activos de la empresa y operar a través de huelgas de deudores que amenacen los intereses del capital financiero y de los bancos. Feher apela con optimismo a la izquierda a movilizar su propia visión semifinanciera de una sociedad buena para la inversión: «Es bueno competir por la solvencia, si no queremos que los inversores determinen quién

merece ser apreciado y por qué motivos»²⁰. La volatilidad misma del mercado económico-moral ofrece una oportunidad para competir políticamente por el futuro.

La crítica exógena se centra en la plataforma propiamente dicha y en sus injusticias inherentes, tanto para los trabajadores explotados como para los usuarios. El enfoque de Srnicek muestra que la economía política marxista puede identificar las condiciones estructurales subyacentes de esta forma de negocio extractiva y las variaciones que puede adoptar. Una evaluación materialista y una crítica al modelo de negocio de plataforma es un punto de partida necesario para replantear la posición de los sindicatos en la economía de bolos, en la que los empleados se reconfiguran jurídicamente como «contratistas». Es también el punto de partida para el análisis y el activismo utópico-reales ideados por Erik Olin Wright, que pretende establecer cooperativas de plataformas y otras formas de infraestructura cívica digital²¹. La resistencia a Amazon y a Uber podría suponer la invención de modos alternativos de mediar la vida cívica, que no estuviesen dedicados a la extracción de rentas. Y, sin embargo, como nos recuerda la crítica de Seymour a la «industria social», hay otros aspectos de las tecnologías de plataforma –sus cualidades adictivas, lúdicas, que explotan y perpetúan nuestras ansiedades–, cuya función misma es la de sorber vida de la existencia social.

El reto para los movimientos sociales es cómo actualizar la perspectiva dualista de Fraser en una época en la que la plataforma se está convirtiendo en distribuidora dominante de recompensa y de formas de reconocimiento mutadas. Pocos movimientos pueden permitirse evitar por completo la economía de la reputación. Una lección que ha aportado el movimiento Black Lives Matter es que la acumulación de capital reputacional en las redes sociales puede dirigirse a objetivos de justicia social y económica más duraderos, siempre que se mantenga como táctica o instrumento, y no como un objetivo en sí misma. Las campañas pueden suscitar o aprovechar burbujas reputacionales que se extienden a gran velocidad –el movimiento #MeToo es un ejemplo– y estallar potencialmente poco después, convirtiendo en virtud política la capacidad para

²⁰ M. Feher, *Rated Agency: Investee Politics in a Speculative Age*, cit., p. 226.

²¹ Véase Callum Cant, *Riding for Deliveroo: Resistance in the New Economy*, Cambridge, 2020; y Jamie Woodcock y Mark Graham, *The Gig Economy: A Critical Introduction*, Cambridge, 2020; Erik Olin Wright, *How to Be an Anticapitalist in the Twenty-First Century*, Londres y Nueva York, 2019; ed. cast.: *Cómo ser anticapitalista en el siglo XXI*, Madrid, 2020].

trasladar los movimientos a otros espacios, incluida la calle. La búsqueda de reconocimiento es más exigente y lenta que la de la reputación y apreciar esta distinción es un primer paso para ver más allá de los límites culturales de la plataforma, dirigiendo la mirada hacia los obstáculos políticos y económicos más amplios que en la actualidad dificultan la participación plena e igual.