REVISTA CASTALIA 41 | SEGUNDO SEMESTRE 2023 | pp. 87-103
ISSN: 0719-8051. https://revistas.academia.cl/index.php/castalia/index

La mercantilización de la afectividad en el capitalismo digital. Aportes para reflexionar sobre las nuevas dinámicas económicas en el entramado tecnocultural contemporáneo[1]

Héctor Ariel Feruglio Ortiz[2]

Universidad Nacional de Catamarca (Catamarca, Argentina)

RESUMEN

En los últimos años han proliferado conceptos como los de economía de plataformas, economía de trabajo temporal, economía compartida, economía de la vigilancia y economía de la atención. Dichos conceptos pretenden explicar las nuevas formas de producción basadas en la extracción y el uso particular de un nuevo tipo de materia prima: los datos. Estas nuevas dinámicas económicas se edifican sobre la base de una infraestructura técnica con el poder de modular la información compartida por los usuarios. Dentro de estas dinámicas, las redes sociales operan como máquinas con la capacidad de generar un tipo específico de producto: la afectividad. Este trabajo tiene como objetivo identificar algunos desplazamientos epistémicos en el entramado tecnosocial contemporáneo que han posibilitado estas nuevas dinámicas económicas. A modo de conjetura proponemos que la mercantilización de la afectividad emerge a partir de dos desplazamientos sociotécnicos en la cultura occidental. El primero se refiere al comercio de la vida sensible: el desplazamiento de una fenomenotécnica natural hacia una fenomenotécnica artificial. El segundo se vincula al comercio de lo ya sentido: el desplazamiento del cuerpo máquina al cuerpo sin órganos. Consideramos que identificar los efectos de estos desplazamientos nos permitirá comprender las nuevas formas de explotación del capitalismo digital.

Palabras clave: Modulación, Tecnología, Cultura, Sensibilidad, Mercantilización.

Commodification of affectivity in digital capitalism. Contributions to the reflection about new economic dynamics in the contemporary technocultural framework.

ABSTRACT

In recent years, concepts such as the platform economy, the temporary work economy, the shared economy, the surveillance economy, and the attention economy have proliferated. These concepts aim to explain new forms of production based on the extraction and particular use of a new type of raw material:

[1] El artículo se realiza en el marco del proyecto de investigación "Lo real/virtual en la imagen analógica y digital". SIyP- UNCA 2024-2025.

[2] Doctor en Ciencias Humanas por la Universidad Nacional de Catamarca - Argentina. Fue profesor visitante del grupo PASTIS (Universidad de Padova-Italia). Realizó estudios posdoctorales de Filosofía de la Universidad de Oviedo- España. Actualmente se desempeña como docente titular de Filosofía de la Comunicación en el Departamento de Filosofía y como Director de Investigación en la FH-UNCA.. Código ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4503-9868. Correo electrónico: hferuglioortiz@huma.unca.edu.ar.

data. These new economic dynamics are built based on a technical infrastructure with the power to modulate the information shared by users. Within these dynamics, social networks operate like machines with the capacity to generate a specific type of product: affectivity. This work aims to identify some epistemic shifts in the contemporary techno-social framework that have made these new economic dynamics possible. As a conjecture, we propose that the commodification of affectivity emerges from two sociotechnical shifts in Western culture. The first refers to the trade in sensible life: the displacement of a natural phenomenotechnic towards an artificial phenomenotechnic. The second is linked to the commerce of what is already felt: the displacement of the body machines the body without organs. We believe that identifying the effects of these displacements will allow us to understand the new forms of exploitation of digital capitalism.

Keywords: Modulation, Technology, Culture, Sensitivity, Commercialization.

DOI: 10.25074/07198051.41.2530
Artículo recibido: 21/09/2023
Artículo aceptado: 13/12/2023

INTRODUCCIÓN

La explotación de la vida afectiva no es nada nuevo; la entrada de la vida cotidiana y de las emociones en el ámbito mediático es un fenómeno que ha venido desarrollándose en los medios de comunicación a lo largo del siglo XX y XXI. En este contexto, los individuos no solo se convierten en receptores y consumidores de productos mediáticos en la industria cultural, sino también en productores y héroes en la industria de las emociones. Esto genera que cambie no solo la relación entre productores y receptores, sino una alteración del espacio estratégico de poder. En las redes sociales la relación entre productores y consumidores se está transformando, por un lado, a causa de la horizontalidad que rompe la lógica de los medios de comunicación y, por el otro, por la forma de producción de los sentimientos que no tiene nada que ver con el objetivo de producir capital, bienes y servicios. Desde la perspectiva de autores como Pablo Rodríguez (2019), durante un largo tiempo la cibernética promovió la información como una nueva entidad que iba a transformarlo todo. Sin embargo, esa hipótesis se fue restringiendo progresivamente a tecnócratas y científicos anclados en sueños de robots y a la creación de computadoras, lo que hizo caer ese proyecto en una suerte de utopía futurista.

A contrapelo de este destino, otras lecturas, como la elaborada por el colectivo Tiqqun (2013), nos muestran que es posible identificar en la actualidad que la cibernética tiene otra historia vinculada al avance de programas de gobierno que ya en la década de 1950 promovían una coordinación racional de los flujos de información y el control de las decisiones que circulan en el cuerpo social.[3] Siguiendo nuevamente el análisis de Pablo

[3]Tiqqun es el nombre de una publicación francesa sobre filosofía surgida en 1991 con el propósito de "recrear las condiciones de otra comunidad". Creada por varios autores se disolvió en Venecia en 2001 tras los atentados del 11 de septiembre. La revista adquirió mayor relevancia en los medios masivos de comunicación a partir noviembre de 2008 tras el arresto de Julien Coupat, uno de sus fundadores.

Rodríguez (2019), las plataformas digitales representan hoy en día un posible campo de efectuación de ese modelo de coordinación y control impulsado por la cibernética. Desde su perspectiva, la cibernética ocupa un lugar central en el mundo contemporáneo y nos obliga a repensar la relación entre ciencia y técnica en vínculo con la filosofía. Según el pensador argentino, las dinámicas de la sociabilidad se construyen a partir de la vigilancia de los individuos, el rastreo informático, la edificación de patrones automatizados de conducta que inciden en las decisiones y la explosión de las redes sociales que han transformado lo que entendemos por lazo social y el manejo de los afectos y las emociones (Rodríguez, 2019, p.17). Se constituye así una infraestructura tecnocultural al servicio del trabajo, la construcción de identidades, la asistencia teledirigida y las transformaciones científicas. Estos dispositivos habilitan la posibilidad de elaborar proyecciones políticas, públicas y privadas acerca de la salud, la obsesión por la juventud y la belleza unida al deporte, así como un cambio a nivel económico que abre una nueva vía para la reactivación del capitalismo.

En este nuevo contexto económico, las redes sociales[4] emergen como un paradigma de productividad y movilidad ilimitada con la capacidad de generar nuevos espacios de socialización que progresivamente se van insertando en nuestra vida cotidiana. La ilusión de libertad de las formas de subjetivación disciplinaria basadas en técnicas represivas de las emociones sobre los cuerpos orgánicos (biopoder) encuentra en las redes digitales una nueva herramienta de poder y control de la producción centrada en un conjunto de técnicas de exaltación de las emociones sobre cuerpos inorgánicos. Progresivamente los afectos y las emociones compartidas por los usuarios en las redes sociales se han transformado en una mercancía que circula en las plataformas digitales. Los datos se han convertido, así, en la materia prima que alimenta los dispositivos de poder de la *gubernamentalidad algorítmica*[5]. En este contexto, nuestro trabajo pretende analizar dos desplazamientos relacionados con la mercantilización de la afectividad. Desde nuestra perspectiva, abordar dichos desplazamientos nos permitirá identificar las condiciones de posibilidad que habilitaron, en el capitalismo digital, la generación de nuevas formas de explotación basadas en el dominio de la emoción, el control del flujo de información y la cosificación del sentir.

[4] A modo de ejemplo, según el Observatorio de Internet en Argentina (OIA), 83 % de los internautas argentinos (que suman 79 % de la población) se conecta a la web todos los días. Según datos publicados por la empresa WeAreSocial en 2022, los argentinos invierten al día, en promedio, 3 horas y 11 minutos al uso de redes sociales. Estas son las plataformas más utilizadas: YouTube: 95 %, WhatsApp: 92 %, Facebook: 90 %, Instagram: 76 %, FB Messenger: 62 %., Twitter: 52 %, Pinterest: 44 %, LinkedIn: 31 %., TikTok: 13 %. Redacción LAVOZ (2023).

[5] Rouvroy y Berns (2016) denominan gubernamentalidad algorítmica a un cierto tipo de racionalidad (a)normativa o (a)política que reposa sobre la recolección, la agrupación y el análisis automatizado de datos en cantidad masiva con el fin de modelizar, anticipar y afectar por adelantado los comportamientos posibles (p. 96).

EL COMERCIO DE LA VIDA SENSIBLE: DE LA FENOMENOTÉCNICA NATURAL A LA FENOMENOTÉCNICA ARTIFICIAL

En el famoso cuento "Blancanieves", de los hermanos Grimm (1985), existe un prodigioso espejo en la pared capaz de revelar quién es la mujer más bella del país en un instante. Su particular habilidad era tan extraordinaria como el oculto procedimiento que realizaba para efectuarlo. Según versa el relato, cuando la Reina le preguntaba al Espejito: "dime una cosa, ¿quién de este país es la más hermosa?", este le respondía: "eres la más hermosa de todo el país". Mientras el espejo favorecía a la Reina con su juicio de belleza el devenir de los acontecimientos proseguía sin alteraciones evidentes. Sin embargo, un día la Reina, en su cotidiano cuestionamiento al espejo sobre su imagen recibió la siguiente apreciación: "Señora Reina, tú eres como una estrella, pero Blancanieves es mil veces más bella".

La mayoría conoce el devenir de los acontecimientos, la notificación del espejo desata la furia de la Reina que ordena la muerte de Blancanieves, luego la piedad del cazador permite su exilio en el bosque, esta sobrevive por la hospitalidad de los enanos, luego se produce la muerte de Blancanieves a manos de un engaño de la Reina y, por último, la vuelta a la vida de la heroína gracias a la casualidad que la une a un príncipe enamorado de su imagen. En todas las situaciones el espejo se apodera de la trama del cuento haciendo de la imagen un objeto de valoración que orienta los acontecimientos. Su capacidad aparente de reflejar, comparar y ponderar todas las imágenes de las mujeres de un país, y luego establecer una valoración es tan extraordinaria como poderosa.

Ya sea en forma consciente, como en el caso de la Reina, ya en forma inconsciente, como el de Blancanieves, la experiencia del espejo influye sobre sus vidas. Determina, por una parte, las acciones más crueles por parte de la Reina en su intento por borrar la imagen de Blancanieves del espejo como espacio de valoración y, por la otra, las acciones más solidarias por parte de aquellos que intentan rescatar a la princesa de un destino trágico. Para referirnos al comercio de la vida sensible nos interesa recuperar en este cuento la metáfora que implica la cuantificación valorativa de la belleza (mil veces más bella) como una información brindada por un dispositivo que influirá sobre las decisiones de las personas[6], un procedimiento que en la actualidad podemos encontrar en dispositivos como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Happn, Tinder, que mediante una administración algorítmica de la información emergente modulan la vida afectiva y social de los usuarios.

Para autores como Emanuele Coccia (2011) la imagen expresa un modo de existencia medial que habita fuera de la materia, en los sentidos internos, el espejo, el aire, y que por ello adquiere ese carácter de transmisibilidad absoluta y apropiabilidad infinita. En ese espacio medial que nos brinda la imagen encontramos el comercio de influencias sensibles donde el viviente se presenta a los otros en ese permanente hacer y deshacer su naturaleza. Mediante una especie de bio-poética la forma de un viviente se manifiesta como piel en sus diversos modos de construir la apariencia. "Si vivir significa aparecer, es

[6] Resulta importante aclarar que la tematización del espejo como dispositivo de multiplicación de la vida sensible resulta muy interesante, pero excede el propósito de este trabajo.

porque todo lo que vive tiene una piel, vive a flor de piel. Es ante todo la piel la que permite al animal como ente que vive solo de y de su propia apariencia" (Coccia, 2012, p. 109). Desde esta perspectiva la forma del viviente no tiene sustancia, pero accede a su propia sustancia mediante el hábito, una especie de moda que le otorga sentido a los diversos modos de ser. Desde esta perspectiva, podría decirse que la vida no tendría sustancia sino moda a partir de ese continuo comercio de lo sensible que excede la adquisición de conocimiento en el acto perceptivo[7].

Boris Groys (2014), nos ha mostrado que en la actualidad el diseño contemporáneo y la tecnología digital permiten a las personas comunes, utilizar los espacios y lugares domésticos como instalaciones artísticas para generar productos y contenidos digitales que no tienen una relación directa con sus cuerpos. Desde la mirada de Groys estos productos están tan alienados como cualquier obra contemporánea y, por lo tanto, pueden ser copiados, reutilizados y estandarizados, lo que demuestra el triunfo del trabajo alienado y abstracto sobre el trabajo no alienado y creativo. Por ejemplo, como afirma Serrano Marín (2016), redes sociales como Facebook permiten desarrollar verdaderas máquinas sociales que pueden transformar la forma tradicional de organizar la vida emocional basada en la expresión de patrones opresivos y así guiar los patrones emocionales en el entorno digital. Desde esta perspectiva, el uso de máquinas en las relaciones de poder ha permitido el surgimiento de nuevos mecanismos de control basados en la promoción activa de las emociones en lugar de su supresión. "El motor de la riqueza que genera es esa información producida y el precio es esa cesión. Los usuarios pagan el servicio en su condición de productores de información, pero son productores, en el sentido de trabajadores que pagan por producir, que pagan en términos de información" (Serrano Marín, 2016, p. 20).

Byung-Chul Han ha descrito este desplazamiento de las formas disciplinarias de poder de la sociedad de la negatividad hacia una sociedad del rendimiento que se estructura sobre la base de una exaltación positiva del poder. "Los proyectos, las iniciativas y la motivación reemplazan la prohibición, el mandato y la ley. A la sociedad disciplinaria todavía la rige el no. Su negatividad genera locos y criminales. La sociedad de rendimiento, por el contrario, produce depresivos y fracasados" (Han, 2012, pp. 26-27). Este desplazamiento responde a

[7] Siguiendo la perspectiva de Emanuele Coccia (2011), dentro de este comercio, el hombre se hace un medio capaz de adquirir y restituir lo sensible al mundo, tal como se hace evidente en la moda mediante una suerte de configuración de una vida autónoma. Por ejemplo, vestirse como manifestación de lo sensible constituye la posibilidad de existir del vestido, del hábito, algo que es definible de modo empírico, pero que lo excede desde su simbolismo. Es verdad que el vestido satisface ciertas necesidades naturales como protección o resguardo, pero también otorga a los individuos diversos modos de diferenciación social, les permite hacerse reconocibles en algo que no les pertenece y habitar las cosas en la medida que las cosas devienen su forma. Habitamos en el vestido temporalmente para que las cosas devengan vehículos de subjetividad mediante una relación que oscila entre lo personal e impersonal. Vestirse sería tener un cuerpo que no coincide con el cuerpo orgánico, una técnica que transforma cualquier fragmento del mundo en piel a partir de una suerte de duplicidad corpórea, anatómica y protésica. Esta potencialidad admite que cualquier cosa pueda devenir su piel, y esta piel, en cuanto órgano de la apariencia, pueda devenir una cosa que se expresa en una duplicación del cuerpo. En el vestido se constituye un segundo cuerpo, donde existimos como imagen, en una apariencia transitoria de las formas que convierten nuestra vida en hábito sin que este nos pertenezca.

una trasformación en la determinación del inconsciente social con el objetivo de maximizar la producción. Cuando la técnica disciplinaria basada en el esquema negativo de la prohibición comienza a transformarse en el propio límite de la producción, se produce un desplazamiento hacia un esquema positivo del "poder hacer" caracterizado como rendimiento. La positividad del poder se vuelve más eficiente que su negación a través del deber y logra generar un sujeto más productivo, pero no por ello menos disciplinado.

A diferencia del mecanismo mágico y oculto que presentaba el Espejito en la pared del cuento de hadas de los hermanos Grimm, en las redes sociales la valoración de las personas se produce a través de las reacciones de los usuarios. Estas reacciones son ejecutadas mediante unidades mínimas de expresión, como un "me gusta", un corazón o un voto. La información emergente de estas reacciones es modulada por las plataformas digitales gracias a algoritmos capaces de influir en nuestras decisiones en un proceso tendiente a generar masas de datos como materia prima. Se trata así de espacios mediales donde se integra gran parte de nuestra vida afectiva a partir de la información que produce el tráfico de lo sensible bajo las dinámicas de rastreo, registro y modulación del capitalismo de plataformas.

Bajo estas nuevas modalidades, las corporaciones digitales (Google, Amazon, Microsoft, etc.) se apropian del comercio sensible que expresa la vida de los usuarios en las redes sociales. Esta vida sensible socializada se organiza bajo una fenomenotécnica artificial capaz de producir, bajo diversos formatos, bancos de afectividad. La afectividad como producto está expuesta a reacciones cuantificables mediante unidades mínimas de expresión, como las ya mencionadas. Con base en ella diseñamos nuestra imagen para producir estas reacciones de agrado con el propósito de incrementar nuestro capital de intercambio en un contexto articulado a partir de una economía de las sensaciones. La multiplicación de las imágenes en las redes sociales está orientada a incrementar el nivel de intensidad de las sensaciones de las personas para que estas socialicen su vida afectiva[8].

El desplazamiento de una fenomenotécnica natural que organizaba el espacio social hacia una fenomenotécnica artificial generada por las redes sociales mediante una operación algorítmica ha transformado el centro de gravedad ontológica que articulaba la realidad para situar la vida sensible en un espacio medial diferente, sin centro de gravedad ontológica. Para Emanuele Coccia (2011) el comercio invisible de las imágenes implica un proceso fenomenotécnico dentro de secreto teatro natural. Dentro de este proceso relacional emergen diversos modos de existencia capaces de exceder la comprensión de lo humano y conformar aquello que concebimos como los múltiples modos de expresión de la vida. Sin embargo, en la actualidad la administración técnico-artificial de la vida sensible por parte de las economías audiovisuales opera sobre estos modos existencia,

[8] El valor del contenido en redes sociales radica en el poder de las plataformas como Facebook, YouTube, WhatsApp, Messenger, Instagram, Wechat y TikTok de articular la afectividad en diversos formatos narrativos como imágenes, citas inspiradoras y memes, historias (*stories*), galerías de fotos, videos, contenidos de marcas (*branded content*) o contenidos generados por los usuarios (*user generated content*).

generando extensas cadenas mediáticas de visibilidad con fines económicos, políticos y sociales que afectan nuestra relación con las imágenes. Aquel espacio medial impersonal que transformaba el mundo en fenómeno, en realidad sensible, es decir, parafraseando a Emanuele Coccia (2011), en imágenes que emergían de un secreto teatro natural protegido ontológicamente, comienza a ser sustituido por un espacio medial digital donde la vida sensible tiende a manifestarse en un secreto teatro artificial protegido técnicamente. La emergencia de estas dinámicas de poder ha sido posible a partir de una comprensión profunda de aquello que articula el vínculo entre *bios* y *ethos*, el dominio del espacio medial, que coloca lo sensible como campo estratégico de poder. La delegación de las intenciones y la aprobación de las condiciones de producción de vida sensible en las plataformas digitales es el resultado de una redefinición de nuestra relación con lo sensible producto de la aceptación de la mediación de interfaces digitales por defecto: *default power*. En su libro *El acuario de Facebook: El irresistible ascenso del anarco-capitalismo* el colectivo de investigación Ippolita[9] (2012) ha denominado con ese término a esta nueva dinámica de interacción con el mundo en un espacio medial poblado de interfaces digitales. En dicho espacio germinan nuevas formas de poder destinadas a la obtención de beneficios políticos, económicos y sociales que desplazan las formas de poder disciplinar por unas nuevas basadas en la captura, el control y la administración de la información.

Consideramos que las redes sociales administran la vida afectiva de los usuarios a partir de una fenomenotécnica artificial que se articula mediante operaciones algorítmicas. Gracias a ello se han convertido en máquinas capaces de producir afectividad a partir de un sentir en red, una especie de telesentir producto de una exteriorización de la vida afectiva que otrora se ocultaban en las estrategias de interiorización del yo. Dicho movimiento se inicia con la cosificación del sentir a partir del avance del capitalismo que desactiva las potencias sensibles *dynamis*[10] en el devenir hombre-cosa para reactivarlas artificialmente mediante imágenes-interfaces en un espacio medial diferente para crear al

[9] "Ippolita es un grupo de investigación compuesto por hackers y activistas sociales, un servidor y una comunidad de «escribientes», una encrucijada para compartir instrumentos y conocimientos entre el lenguaje del mundo digital y el lenguaje de la escritura" ver en https://traficantes.net/autorxs/ippolita

[10] Desde la mirada de Fulvio Carmagnola (2016), una puerta de entrada posible para comprender la producción del sentir en la sociedad contemporánea parte del estudio de las derivas filosóficas que se producen en torno a la separación entre alma sensitiva y alma intelectiva. De un lado tendríamos la teleología aristotélica, que resguarda un *telos* para cada especie de alma y que concluye en una idea de la sensación como una dianoética que existiría en el acto de operar. Del otro lado estaría el reforzamiento por parte de la modernidad de la idea de un sujeto cognitivo que orienta el sentir hacia el conocer y la estética en la búsqueda del placer de lo bello y el arte. La posibilidad de considerar un alma sintiente que es cuerpo, esparcida por el cuerpo, pero sin sujeto conduce a un sentir elemental, definible como afectibilidad, como potencia de sentir de un alma no subjetiva que no persigue el conocer y que constituye una dimensión del campo. Una especie de *a-priori* en la dirección kantiana, pero que, como bien señala Michel Foucault (2005) en sus reflexiones sobre el concepto de actualidad y del presente, constituiría un *a-priori* histórico. Desde esta perspectiva, la vida sensible no podría ser considerada neutra frente al tiempo porque todo campo contiene fuerzas y poderes históricamente definidos. Es posible, por ello, que no seamos la deriva de una forma pura e inmutable (*Eidos*), que acontece mediante la multiplicación de las formas sensibles, sino una convergencia de múltiples trayectorias en una forma general de domesticación que reconcilia lo común y lo particular; un proceso que muestra la configuración de una fuerza unificadora precedente que se articula sobre la dimensión plena y funcional del campo emotivo.

hombre-red. Podríamos afirmar, entonces, que las redes sociales promueven formas de explotación del afecto mediante una multiplicación técnica de la imagen cosificada como código a partir de un sentir impersonal: una estética de la sensación organizada en un cuerpo sin órganos. Según Julián Ferreyra (2021), el cuerpo sin órganos de Deleuze es lo dado a nuestra experiencia, el mundo donde nos encontramos y tiene lugar nuestra acción, pero también es una tarea: todas las maneras de hacer uno (p. 61). En él los dominios sensibles son modulados por los algoritmos de la economía de plataformas mediante una fenomenotécnica artificial que organiza la afectividad en formatos narrativos.

EL COMERCIO DE LO YA SENTIDO: DEL CUERPO MÁQUINA AL CUERPO INORGÁNICO

El diseño artificial de la imagen como mercancía que ingresa en el comercio de la vida sensible en las redes sociales puede ser comprendido desde la erótica del vestirse de Klossowski. Esta erótica, según Mario Perniola (1998), parte de la experiencia de encarnación inseparable de lo erótico que implica el proceso de vestirse, personificarse, materializarse:

> El erotismo di rivestirse considera il corpo come una spoglia: abita il corpo altrui como si fosse il suo e allo stesso modo atribuisce il proprio ad altri. L´essenza dell´erotismo è perciò l´ospetalità, un vestire l´estraneo come se fosse proprio e il proprio come si fosse estraneo (p. 88).

Esta concepción del cuerpo como exterioridad indumentaria proviene del éxito de la representación pictórica neoclásica y ultraformal, que permite la posibilidad de un tránsito entre vestido y cuerpo a partir de la contemplación de las bellas superficies. En los análisis de Klossowski que desarrolla en su libro *La moneda viviente*, el tránsito vendría dado en los procesos de industrialización de la imagen encarnados en la figura de las divas del espectáculo o las modelos. En estos procedimientos de la industria se puede visualizar cómo el cuerpo es sustraído a la condición de mercancía para ser transformado en un equivalente de su valor de cambio, en moneda viviente, es decir, puesto en circulación. La idea del cuerpo como exterioridad indumentaria planteada desde la erótica del vestirse de Klossowski constituye un punto de inicio clave para entender las condiciones de posibilidad de la mercantilización de la vida afectiva en las redes sociales.

Para abordar la modulación tecnocultural del comercio de la vida sensible como espacio de mercantilización de la vida afectiva deberíamos situarnos en el contexto que hace posible las condiciones de su emergencia. La erótica del vestirse de Pierre Klossowski (2010) nos permite, a partir de los aportes de Sade y de Fourier, entender cómo la "emoción voluptuosa" pudo transformarse en objeto de mercantilización y convertirse en un factor económico en la época industrial del siglo XIX. Sus reflexiones giran en torno a la transformación del valor de uso que provocaron los objetos fabricados por la industria. Basando su valor en la eficacia, la industria desarticula la relación tradicional del valor uso de los bienes culturales y naturales que estaba establecido hasta ese momento en forma consuetudinaria por las instituciones religiosas y morales, el arte o las formas de

conocimiento. Sin embargo, esta transformación tendiente a eliminar el riesgo de esterilidad del producto encuentra, en las condiciones previas a la producción, la fabricación de un fantasma inscripto en el reverso de los procesos de producción, a saber: el derroche. Ello conduce a una actitud diferencial de representación del acto de fabricación: se derrocha para expresar el acto de construcción o solo se construye para expresarse a través del derroche. Si un utensilio es un simulacro de utensilio pone en riesgo la superstición utilitaria y esta se ve obligada a demostrar lo contrario.

Para Klossowski, las normas económicas que hoy expresan y representan las fuerzas impulsionales conforman una subestructura de afectos y no la infraestructura última: "La jerarquía de necesidades es la forma económica de la represión que las instituciones existentes ejercerán por y a través de la conciencia del agente sobre las fuerzas imponderables de la vida psíquica" (Klossowski, 2010, p. 12). Los primeros esquemas de producción y de consumo se elaboraron sobre la base de una unidad orgánica estructurada en la jerarquía de necesidades promovidas por el mercado. Para poder comprender esta mercantilización de las emociones, ese proceso debe ser analizado a la luz de la relación entre sexualidad y erotismo. Dicha relación revela una conexión secreta y trágica resultante del fenómeno antropomórfico, la economía y sus intercambios. Partiendo de la distinción que Sade hace entre las pasiones simples y las complejas, Klossowski describe la perversión como la primera reacción a la animalidad pura y una primera interpretación de las impulsiones mismas, para lo cual descompone el término de sexualidad en la emoción previa a la procreación y el instinto específico de procreación. Ambas propensiones fundan la unidad del individuo en una suerte de confusión que, en términos sádicos, se combinan, provocando en su capacidad interpretativa de nuevos objetos de sensación para sustituir la función procreadora mediante el suspenso indefinido de esta. Estas sustituciones capturan la fuerza pulsional formando la materia del fantasma que será usado en el proceso de fabricación para dar precio a la emoción.

Si bien no existe para Klossowski una economía de la voluptuosidad que beneficie directamente a la industria, esta se aprovecha del erotismo en la expresión de una norma económica variable. Mediante esta operación todo puede ser tratado como material de explotación, lo que genera un vínculo entre la economía de los afectos y la economía de las necesidades atento a los objetos de deseo y a la necesidad reconvertida materialmente en una demanda. "Una especie de intimidación o de chantaje se inscribe desde el principio entre la necesidad de subsistencia y el modo de gozar a partir de que tenemos garantizada la subsistencia" (Klossowski, 2010, p. 12). Desde el siglo XIX, el goce erótico comienza a tener un rol protagónico en el intento de suprimir el carácter punitivo del trabajo y se adecúa a la aspiración pasional más que a la necesidad industrialmente determinada.

Según Klossowski (2010) serán los aportes del proyecto utópico de Fourier los que permitirán introducir a esta problemática la posibilidad de transformación del intercambio de las pasiones mediante la producción de objetos que se ajustan a la aspiración pasional. Estos se organizan en una suerte de juego ritual que pone en escena el intercambio de grupos de afinidad con lo que se asegura un equilibrio entre las aptitudes de cada uno. Se

trata de una suerte de movimiento de reflexión y especulación de las variancias de la vida pulsional. Tal desplazamiento nos introduce en un juego que intenta reducir la agresividad del desajuste que produce el fantasma mediante una organización lúdica de las situaciones pasionales no lúdicas de la industria. "Sade afirma que el fantasma actuando sobre el organismo y sus reflejos sigue siendo indesarraigable. Fourier se opone: el fantasma puede ser reproducido como simulacro" (Klossowski, 2010, p. 21). De esta forma, en el simulacro se reproduce la realidad del fantasma a nivel de juego en la medida que escenifica la realidad agresiva.

Para Klossowski, la importancia de Fourier radica en haber expresado y denunciado el modo en que las normas económicas sustraen en sus reglas de juego la exhibición de la perversión elucidadora. Pero ahí donde el proyecto utópico de Fourier encuentra una obstrucción atrapada en la idea de codicia del mundo industrial y burgués como imposibilidad de cumplimiento, el proyecto anti-utópico de Sade emerge como la posibilidad de fundar el valor en la perversión misma. Cuando el Dios moral desaparece, en cuanto bien, todos pertenecemos a todos, lo que genera un principio de prostitución universal donde todas las personas están obligadas a venderse o ponerse en venta. La venalidad propuesta por Sade se justifica en que los seres humanos solo pueden comunicarse entre ellos en calidad de "objetos traficables", en oposición a los objetos utilitarios provenientes del mundo de la fabricación. La industria pretende neutralizar las impulsiones mediante la fabricación de objetos utilitarios, pero sus propias normas provocan la "representación fantasmática" en un doble punto de vista. La fabricación de objetos utilitarios cada vez más complejos tiene la capacidad de conjugar operaciones de dos o tres facultades, separando lo sensible de su agente corporal. No solamente los ojos son para no ver, o las orejas para no escuchar, sino que exceden el ejercicio manual limitado en su contacto y el "instrumento que compone se proyecta él mismo en los objetos a producir, como tantas otras funciones físicas y diferenciadas a las que dichos objetos responden" (Klossowski, 2010, p. 23).

Mediante una operación instrumental se abandona la obra manual, lo que libera la mano, el ojo o la oreja de su función instrumental, pero también sus potencias dejan de "aparecer en lo que tenían de agente corporal". Se convierten en "perversión utilitaria" y "perversión pura" a partir de tener a su disposición un agente extracorporal denominado instrumento, un objeto desarticulado en la representación que pretende rearticularse como instrumento. El instrumento se vuelve el agente inmediato del fantasma en su condición de abstracción materializada. La relación entre "el comportamiento industrial" y la "perversión fantasmática" radica en el hecho de que el objeto aparece en el contacto instrumental. Mientras que el fantasma perverso coloca como objeto de uso la "emoción" a partir de la dislocación de las funciones orgánicas procurándose el goce, el instrumento conoce de otra manera y específica mejor su objeto y su efecto a partir de lo que tiene de explotable y fabricable. Sin embargo, tanto el comportamiento perverso como el comportamiento industrial obligan al uso de sus instrumentos. Klossowisky (2010), reconociendo la intuición de Sade, considera que en el "dominio de la emoción" es donde

se funda el principio de la economía moderna en la era industrial, que es el de la producción y el consumo a ultranza, y la fabricación de objetos destructibles que disuelven la posibilidad de concebir un objeto perturbable.

Esta operación no será concebible en el terreno económico en la medida en que no aceptemos que el afecto, al igual que el trabajo, produce. "El fenómeno industrial sería así la perversión vuelta contra el instinto de conservación y de propagación de la especie; el goce estéril de la emoción habría encontrado su equivalente más mentiroso y eficaz" (Klossowski, 2010, p. 28). La distinción entre la elaboración perversa del fantasma y la fabricación del objeto de uso es que el primero, en cuanto producto "impulsional", amenaza la unidad individual, mientras que el segundo presupone la estabilidad del individuo. Como signo de coacción a la unidad individual el fantasma permite el surgimiento de un estado de compensación continua que emerge en los intercambios y para que haya intercambios debe haber equivalentes válidos para cada cosa, que en el estado pulsional se manifiesta como búsqueda de un equivalente del fantasma. "El fantasma es responsable del organismo, como el goce y sufrimiento experimentados son responsables del fantasma que le procura al individuo" (Klossowski, 2010, p. 28). Este saldo deudor provoca un excedente que anula la posibilidad de integridad tensada entre la coacción interna y la afirmación externa de sí.

En el caso del sujeto económico, la unidad es producida en forma eficaz por una inducción a confundir sus "pretendidas propensiones" con una permanente desviación de las mismas. La categoría de objeto de uso de la industria sustituye todo otro uso emergente de las aptitudes pasionales, descomponiendo su unidad para recomponerla en su aptitud para producirse y reproducirse en el acto de fabricación. Ante la falta de un equivalente es en la actividad misma de fabricación donde la unidad del sujeto económico encuentra su compensación. Para Klossowski, es en el "simulacro de arte" como parte del genio del artista donde se podría visualizar este trastocamiento de las funciones orgánicas en la medida que indican la urgencia impulsional transformando los utensilios para usos de los afectos. Desde su perspectiva, los utensilios constituirían simulacros de simulación en cuanto "hecho consumado" que toma la parte desviada de la vida pulsional para fabricar objetos de uso. El simulacro de arte, en tanto herramienta de las pasiones, se convierte en el lugar donde el afecto encuentra la expresión de su fantasma, actuando sobre el utensilio que se niega a expresarlo bajo su configuración utilitaria. La urgencia afectiva encuentra "la utilidad el simulacro de su propio aplazamiento" (Klossowski, 2010, p. 35).

El aplazamiento de la voluntad se traduce en contar con un futuro bajo la garantía de la producción de objetos útiles. Esta postergación provoca una tensión entre el fantasma impulsional y la fabricación utilitaria, cuyo escenario es el cuerpo. De este modo se establece un dilema entre la perversión interna y la perversión externa respecto de la disolución o afirmación de la unidad. La posibilidad de una concordancia del deseo y la producción de objetos en una "economía racionalmente establecida en función de sus impulsiones" solo sería posible si el ser humano pudiese ser reducido a la perversión externa mediante una gratuidad del esfuerzo y el precio de lo irracional. En el precio del

carácter incomunicable de la emoción voluptuosa radica la paradójica gratuidad de aquello que no puede ser experimentado, pero que, sin embargo, nos intima a procurarnos los medios para vivirla. Esto implica el tráfico de las emociones que buscan su equivalente para satisfacer las impulsiones que encuentran en la moneda un signo de equivalencia.

En la monetarización, el proyecto mercantilizador establece una relación fraudulenta entre las necesidades y los objetos, reordenando así el límite de inteligibilidad de lo que no es-intercambiable. "El fantasma perverso es en sí mismo ininteligible y no intercambiable, es por esto que el numerario, por su propio carácter abstracto, constituye su inteligible equivalente universal" (Klossowski, 2010, p. 40). El dinero se traduce en dos funciones: una fantasmática como numerario que expresa la capacidad de vender y comprar, y que desarrolla la perversidad, y otra mediadora entre el mundo de las anomalías y las normas institucionales. El dinero representa el valor del cuerpo expropiado, un fantasma que responde a un fantasma cuyo mandato es el aplazamiento de comunicación entre los seres: somos moneda inerte. La moneda inerte estructura la relación del esclavo de la industria mediante una "relación estrecha entre su presencia corporal y el dinero que la produce". Frente a la moneda inerte Klossowski propone una moneda viviente que implicaría que el esclavo "sustituya la función del dinero convirtiéndose él mismo en dinero: a la vez riqueza y equivalente de riqueza" (2010, p. 40).

Desde la perspectiva de Mario Perniola (2008), podemos encontrar en la imagen de la moneda viviente planteada por Klossowski la posibilidad de un fenómeno afectivo y sensorial que excede el concepto de mercancía y adopta la forma del dinero como "medida de valor de intercambio" y "medio de circulación". El comercio de la vida sensible en las redes sociales emerge en ese movimiento similar al mercado como medida de valor de intercambio. Se produce un proceso de concretización de la dimensión estética, históricamente alejada y extraña a la realidad, lo que permite que no solo el saber y el hacer sean poder, sino también el sentir. El sentir se vuelve poder en tanto ya sentido. "La moneda viviente garantiza el intercambio de las figuras de lo ya sentido. Cualquier aspecto afectivo y sensitivo puede tomar la forma de lo ya sentido, siempre que no esté atado, enraizado o anclado a ninguna interioridad o singularidad" (Perniola, 2008, p. 53).

Nos encontramos con la producción de un campo del sentir-con, es decir, sentir a la manera de, en un espacio común que permite reencontrarse con el sentir, con esa prolongación del campo estético, pero sobre bases completamente diferentes, que no toman el alma como forma del viviente (*eidos zoon*), ni parte en la conexión entre *psyche* y *physis*. Esto implica poner en tensión los aspectos que la tradición filosófica recuperada por Emanuele Coccia aporta sobre la reflexión en torno al comercio de la vida sensible a partir del devenir de la técnica y sus dispositivos. Hablamos de un sentir impersonal, quizás inconsciente, que se halla prescripto en sistemas tecnológicos que tienen poder formativo y prescriptivo sobre el *Bios.* Lo estético se transforma en un sentir interno al biopoder que se expresa como ya sentible, pero a partir de una administración aalgorítmica. De este modo, el sentir aparece dentro de un campo de poder que coloca al sujeto en el campo en cuanto afectibilidad a partir de su cualidad estética elemental, su

ser receptivo al afuera del campo: "Il campo trascendentale va inteso come un campo di oferte, intanziate nella posibilità indefinità di situazioni suscettibili di attualizzarsi in oggetti d´affezione per il soggetto" (Carmagnola, 2016, p. 163). Esta cualidad receptiva, vinculada a la afectibilidad, se ha transformado en un espacio de producción de información que el capitalismo de plataformas toma como materia prima para ejercer nuevas formas de explotación.

La concretización de la dimensión estética del nuevo campo estratégico de poder constituye una condición fundamental para ese desplazamiento desde las sociedades disciplinares, que producían cuerpos máquinas, hacia las sociedades de control, que producen cuerpos señales, se hará posible mediante la informatización. Retomando la hipótesis de Pablo Rodríguez (2019), a través de ella cada existencia se convierte en un dato que puede ser usado para diversos fines a partir de una duplicación basada en los modelos tecnológicos que activan la comunicación. Las tecnologías de la información han provocado un fenómeno capaz de multiplicar la vigilancia más allá de límites topológicos de las tecnologías de encierro disciplinario, que pretendían lograr que el sujeto vigilado se auto-vigilase (con lo que se conformaba una interioridad introspectiva). "En cambio, si las subjetividades –al menos en las redes sociales– proceden a exteriorizar aquello que constituiría su intimidad o su privacidad, un fenómeno ampliamente reconocido, esa auto-vigilancia es compartida socialmente y el interior subjetivo pasa a ser ese valor agregado de aquello que se exhibe" (Rodríguez, 2019, p. 356).

Si nos situamos en la mirada de Rouvroy-Bers (2016) sería importante señalar que el campo de acción de este "poder" del gobierno algorítmico no se sitúa en el presente, sino en el futuro, en aquello que podría advenir. Esto determina un poder que se ejerce sobre las propensiones antes que sobre las acciones cometidas; un mecanismo que se diferencia de las formas de represión penal o de las reglas que rigen la responsabilidad civil. Encontramos aquí un paso de la normatividad jurídico-discursiva establecida antes de toda acción sobre los comportamientos frente a los cuales ejercía una coerción, la normatividad estadística, en donde esta nunca está dada de antemano y resiste a toda discursividad en una retroalimentación forzada por los comportamientos mismos, una cuestión que parece hacer imposible toda forma de desobediencia (p. 106). Esta forma de gubernamentalidad opera a través de una vigilancia distribuida e inmanente de los perfiles conformados en las redes sociales.

Retomando algunas ideas de Fernanda Bruno, Rodríguez (2019) plantea que dentro de esa comunicabilidad activa se produce un proceso de perfilización de la vida producto de los datos asignados a un sujeto en la vida social digital. Estos forman un conjunto con los trazos que emergen de nuestras interacciones con el medio, el cual no constituye un individuo específico, sino que expresa las relaciones en un nivel interpersonal y no intrapersonal. Los individuos no son individuales en el mundo de la información, se constituyen en individuos al término de un proceso de dividuación. Un proceso que implica la transformación de los datos de los individuos y su recomposición posterior, que da como resultado un individuo relacionado, pero no igual (p. 453).

Siguiendo el rastro del extenso trabajo arqueológico de Pablo Rodríguez (2019) es posible recuperar figuras deleuzeanas como lo dividual, que nos permiten identificar en los fenómenos de subjetivación actual tanto en la distinción entre lo individual, lo personal y lo singular, como en la diferencia entre lo individual y lo colectivo. Nos encontramos así con la tendencia a presentar los datos con los que operan la gubernamentalidad algorítmica (Rouvroy-Bers, 2016) o la humanidad aumentada (Sadin, 2013) como algo infra-personal o predindividual, es decir, inferiores, mínimos o anteriores a lo que podrá ser un individuo o persona. Un ejemplo es el campo de lo ya sentido como índice para orientar la conducta de los usuarios. En un modo similar, la dividualidad de las potencialidades es analizada como fragmentos de la persona que marcan una tendencia sobre la misma que todavía no se ha producido. "Dicho de otro modo, se trata de singularidades de carácter informacional, comunicativo si se sigue la cita de Deleuze, que no están limitadas por las personalidades ni las individualidades, pero se relacionan con ellas de tal modo que generan el efecto de personalización e individualización" (Rodríguez, 2019, p. 457). En este caso, lo ya sentido es un sentir impersonal donde operan los dispositivos de poder de la gubernamentalidad algorítmica mediante la captura del tránsito de la vida sensible codificada como información.

CONSIDERACIONES FINALES

Las nuevas formas de producción del capitalismo digital se organizan a partir de una nueva materia prima: los datos. Dentro de la economía de plataformas, las redes sociales aportan un nuevo producto: la afectividad. Esta se mercantiliza a partir de la generación de un valor que emerge del comercio de lo sensible. Esta mercantilización de la afectividad surge a partir de dos desplazamientos sociotécnicos. El primero se refiere al desplazamiento desde una fenomenotécnica natural, que organizaba el espacio social cotidiano, hacia una fenomenotécnica artificial, que organiza dicho espacio a partir de la mediación tecnológica. El segundo se vincula al desplazamiento de la estética del sentir del cuerpo máquina producido por los dispositivos de poder de la sociedad disciplinaria hacia una estética de la sensación del cuerpo inorgánico producido por los dispositivos de poder de la gubernamentalidad algorítmica. Sobre la base de estas consideraciones se podría afirmar que el capitalismo digital se estructura a partir de una economía de plataformas orientada a la captura, la organización y la administración de los datos. Dentro de las redes sociales, la información de la vida compartida por los usuarios es mercantilizada para ser convertida en una perversión utilitaria. Estas redes constituyen un ejemplo claro de estas dinámicas y funcionan como el espejito en la pared del cuento de los hermanos Grimm, sin la magia oculta detrás de sus procedimientos, pero con la tecnología oculta de las interfaces.

El uso de la afectividad como producto se edifica sobre la base de la *onto(techno)logy* del proyecto cibernético, la economía de plataformas del capitalismo digital y un sentir administrado por el biopoder expresado en las figuras fenoménicas de lo ya sentido, que desarticulan el potencial y la indeterminación del cuerpo sin órganos. Esto se debe a que la información no solo contiene una dimensión cognitiva, sino que porta un excedente, una

energía libidinal que se estructura en forma emotiva. A diferencia del capitalismo industrial decimonónico, el capitalismo digital no opera sobre la base de una metafísica tendiente a polarizar el tránsito de la erótica entre lo vestido y lo desnudo, lo visible y lo invisible. Esta nueva economía pretende modular y mercantilizar la información generada en el comercio de lo sensible, eliminando el valor personal de la información para crear perfiles de consumo basados en un sentir impersonal, codificado. Esta cuestión demanda repensar las implicaciones ontológicas, políticas y estéticas que se ponen en juego en las nuevas dinámicas sociales de mercantilización de la afectividad dentro del entramado tecnocultural del capitalismo digital.

REFERENCIAS

Carmagnola, F. (2016). *L'anima y el campo: La produzione del sentire*. Milán y Údine: Mimesis.

Coccia, E. (2011). *La vita sensibili*. Boloña: Il Mulino.

Coccia, E. (2012). *La vida sensible*. Buenos Aires: Marea.

Deleuze, G. (1999). *Post-scriptum sobre las sociedades de control*. Valencia: Pretextos.

Ferreyra, J. (2021). *Deleuze: Estudio preliminar, selección y traducción de textos*. Buenos Aires: Galerna.

Foucault, M. (2005). Un inédito: ¿Qué es la Ilustración? (Presentación de Antonio Campillo). Daimon Revista Internacional de Filosofia, (7), 5–18. https://revistas.um.es/daimon/article/view/13201

Groys, B. (2014). *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Buenos Aires: Caja Negra.

Grimm, W. y Grimm, J. (1985). "Blancanieves (Sneewittchen)" (pp. 13-25). En *Cuentos de niños y del hogar* (Tomo II). Madrid: Anaya.

Han, B.-Ch. (2014). *Psicopolítica: Neoliberlismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder.

Ipolitta (2012). *En el acuario de Facebook: El resistible ascenso del anarcocapitalismo*. Madid: Enclave.

Klossowisky, P. (2010). *La moneda viviente*. Buenos Aires: Las Cuarenta.

Perniola, M. (1998). *Transiti: Filosofia e perversione*. Roma: Castelvecchi.

Perniola, M. (2008). *Del sentir*. Valencia: Pre-textos.

Redacción La Voz (2023). Día de las redes sociales: Cuáles son las más usadas en Argentina. *La Voz del Interior*, 22 de diciembre. https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/dia-mundial-de-las-redes-sociales-por-que-se-celebra-y-cuales-son-las-mas-usadas-en-argentina/

Rodríguez, P. (2019). Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y moléculas. Buenos Aires: Cactus.

Rouvroy, A. y Berns, T. (2016). "Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación. ¿La disparidad como condición de individuación a través de la relación?". En Adenda filosófica, nro.1. Santiago de Chile, Doble Ciencia.

Sadin, E. "La humanidad aumentada. La administración digital del mundo", Buenos Aires, Caja Negra

Serrano, M. (2016). *Fraudebook: Lo que la red social hace con nuestras vidas*. Madrid: Plaza y Valdez.

Tiqqun (2013). *La hipótesis cibernética.* Buenos Aires: Hekht.