

## The digital proletariat. Should internet firms pay for the data users currently give away? And, as a new paper proposes, should the data-providers unionise?

Enviado por Josue García Veiga en Mar, 02/20/2018 - 20:34

### Cita:

The Economist [2018], "The digital proletariat. Should internet firms pay for the data users currently give away? And, as a new paper proposes, should the data-providers unionise?", *The Economist*, London, 13 de enero, <https://www.economist.com/news/finance-and-economics/21734390-and-new-pa...> [1]

### Fuente:

The Economist

### Fecha de publicación:

Sábado, Enero 13, 2018

### Revista descriptores:

[Formas de la competencia entre grandes empresas](#) [2]

[Relaciones entre empresas estados y sociedad](#) [3]

### Tema:

Cambios en la producción y el consumo debidos a las tecnologías de la información

### Idea principal:

El artículo enfoca la atención en una breve publicación realizada a finales del año pasado (29 de diciembre de 2017) por los investigadores Imanol Arrieta Ibarra y Diego Jiménez Hernández (Universidad de Standford) en colaboración con Leonard Goff (Universidad de Columbia) y personal de Microsoft (Jaron Lanier y Glen Weyl), titulada: *Should We Treat Data as Labor?* [4].

En ella se sostiene que todos los consumidores de las grandes firmas de Internet (como Google o Facebook) son trabajadores digitales al contribuir directamente en la creación de uno de sus recursos vitales hoy en día: los datos (información digital). La publicación describe proyectos en los que la Inteligencia Artificial (IA) está alcanzando importantes logros, mediante un perfeccionamiento constantemente (proyectos como los automóviles autónomos u operaciones de reconocimiento facial), de tal magnitud que podrían tener la capacidad de transformar una gran cantidad de industrias. Actualmente su mejoramiento requiere contar con un proceso previo de enseñanza y entrenamiento de máquinas a través de algoritmos que procesan grandes cantidades de datos. Para ello es necesario contar con los datos, los cuales son recolectados por la interacción constante entre los usuarios y las plataformas digitales en línea (como las búsquedas de Google o aplicaciones como reCAPTCHA) de las grandes firmas. De esta manera la información pasa a constituir parte del capital de las corporaciones. Se añade que esto está conduciendo a una situación en dónde las empresas emergentes poco pueden hacer para competir si no acceden a los datos que únicamente poseen los gigantes tecnológicos, por lo que

ser adquiridos por éstas se presenta como su mejor alternativa.

Los autores critican que el hecho de que por ahora la IA no ha logrado contribuir en gran medida al crecimiento de la productividad se debe (parcialmente) al *modelo de información gratuita [free-data model]*. Argumentando que este modelo limita la calidad de los datos recolectados, ya que las firmas deben ingeniar formas para persuadir a los usuarios en proveerles información de buena calidad y de manera gratuita.

En otra dimensión de la discusión, se advierte que en la medida en que se perfecciona la IA se incrementa también la cantidad de trabajo vulnerable que puede ser desplazado (sustituido) por la tecnología. Esto se está manifestando en una creciente desigualdad en el reparto de la riqueza mundial, en la que una parte cada vez mayor es acaparada por las ganancias corporativas en comparación con la cantidad destinada a la remuneración de los trabajadores (los autores señalan que la proporción de los salarios como participación del PIB ha estado declinando en las últimas décadas).

Para solucionar la problemática de un futuro posible donde la automatización se masifique junto con el desempleo, los autores señalan que es necesario modificar las relaciones entre las grandes compañías del Internet y sus usuarios. Partiendo de considerar a la información como "trabajo" en vez de "capital", en términos más específicos, postulan que los datos son propiedad de las personas que los generan y que su intercambio con las empresas debe ser negociado a cambio de un pago. De modo que los datos puedan ser vendidos múltiples veces y a diversas firmas, lo cual también conllevaría a reducir su carácter de operar como barrera a la entrada de otras empresas a ciertas industrias. Por su parte las empresas podrían beneficiarse de contar con información de mejor calidad al pagar por ella.

*The Economist* considera inviable el esquema propuesto. Dudando tanto del interés de la gente por proporcionar información detallada sobre sus hábitos y/o rutinas a cambio de dinero como de la valoración por parte de las empresas que estarían dispuestas a ofrecer por dicha información. La revista señala que se podría incentivar a la formación de mercenarios de datos que se dediquen a enviar spams a las empresas con datos basura e inútiles por el simple hecho de obtener dinero rápido.

No obstante la revista reconoce la importancia del artículo al exponer la desigualdad de poder existente en el mercado de la información digital. Se coincide en que parcialmente el fenómeno puede ser explicado por la concentración de grandes empresas de internet, pero que no debe dejarse de lado el hecho de que los datos únicamente son valiosos al estar concentrados en grandes cantidades. Por ende una negociación efectiva requiere de una acción colectiva por parte de los usuarios (un sindicato de trabajadores/proveedores de información). No obstante si la colectividad llegase al extremo de exigir demasiado, podría convertirse en una desventaja para el desarrollo de la IA. Otro elemento que rescata la revista es que la publicación logra poner de manifiesto la *naturaleza colectiva del valor* en el mundo de la era digital y de IA. La parte difícil será trabajar en lograr una distribución de la riqueza más justa y eficiente.

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

La tendencia a la abstracción, al predominio del valor sobre las formas concretas del trabajo, adopta nuevas formas con la generalización de las tecnologías de la información y la comunicación.

Mientras el argumento liberal debate si la información de los usuarios de esas tecnologías es capital o trabajo, es preciso destacar lo esencial: todas las actividades, productivas y de la vida cotidiana, devienen elementos de la valorización del capital. El sistema productivo se hace cada vez más denso y trata de eliminar los poros en que no se obtienen ganancias.

En el centro de la discusión yacen las formas inéditas, contemporáneas del capitalismo del siglo XXI, con las que la valorización del valor logra reapropiarse constantemente de la riqueza colectiva mediante la extensión de títulos de propiedad privada capitalista. El avance tecnológico de la IA y las tecnologías de la información en curso está reestructurando las relaciones sociales capitalistas, alterando no solo las formas y los sujetos que disputan las ganancias (lucha intercapitalista), sino también las tensiones sociales en general (lucha de clases).

---

**Source URL (modified on 26 Febrero 2018 - 12:17am):** <http://let.iiec.unam.mx/node/1639>

### **Links**

[1] <https://www.economist.com/news/finance-and-economics/21734390-and-new-paper-proposes-should-data-providers-unionise-should-internet>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>

[4] <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=01912102402608400808311608310312211105402507008502209208702>