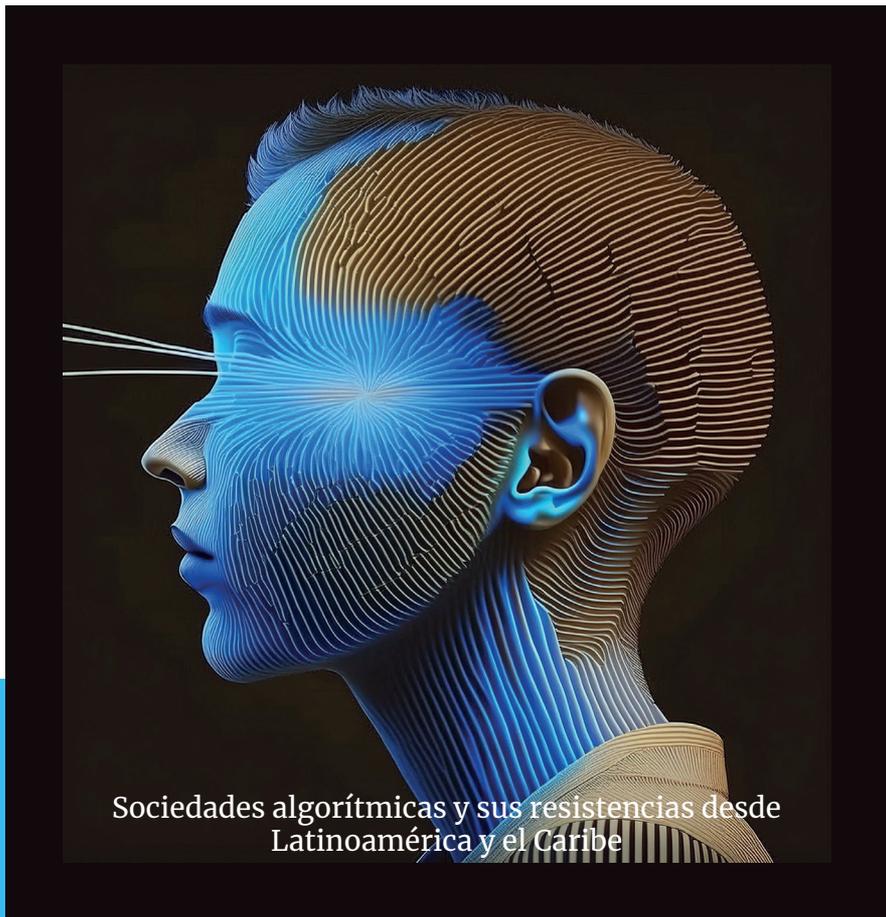


32

Pléyade

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales



Sociedades algorítmicas y sus resistencias desde
Latinoamérica y el Caribe



International institute
for philosophy and
social studies.

número 32 | julio- diciembre

2023

online ISSN 0719-3696

ISSN 0718-655X

La dimensión ideológica y subjetiva de la plataformización de la vida social

*The Ideological and Subjective Dimension of the Platformization of
Social Life*

A dimensão ideológica e subjetiva do platformização da vida social

Mariano Caputo

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Resumen

El artículo participa de una tendencia identificada por Thomas Poell, David Nieborg y José van Dijck, quienes señalan un movimiento en la academia que va de una discusión de las plataformas como “cosas” a un análisis de la plataformización como proceso. En este marco, el trabajo constituye una reflexión teórica que indaga en la dimensión ideológica y subjetiva de la plataformización. Su tesis consiste en que para avanzar en la explicación de los procesos subjetivos de las plataformas se debe recurrir a la teoría althusseriana de la ideología, en articulación con investigaciones que proponen los conceptos de “gubernamentalidad algorítmica” y “perfilado”. El artículo se detiene en la pertinencia teórica de tres categorías fundamentales del planteo althusseriano –aparato ideológico de Estado, ideología e interpelación– para pensar la plataformización. A partir del análisis de plataformas como Change.org, Tinder y BeReal, se concluye que en los procesos de plataformización, mediante formas ideológicas y modalidades de interpelación que cuentan con su propia especificidad, se conforman rituales novedosos de reconocimiento ideológico que intervienen en la garantía que todo sujeto necesita acerca de su singularidad. De esta manera, la codificación algorítmica y la interpelación ideológica tienen lugar en un mismo movimiento en las plataformas.

Palabras clave: plataformización; ideología; subjetividad; algoritmos; interpelación.

Abstract

The article participates in a trend identified by Thomas Poell, David Nieborg and José van Dijck, who point out a movement in the academy from a discussion of platforms as “things” to an analysis of platformisation as a process. In this framework, the paper constitutes a theoretical reflection that investigates the ideological and subjective dimension of platformisation. Its thesis is that in order to advance in the explanation of the subjective processes of platforms, it is necessary to resort to the Althusserian theory of ideology, in articulation with researches that propose the concepts of “algorithmic governmentality” and “profiling”. The article focuses

on the theoretical relevance of three fundamental categories of the Althusserian approach – ideological State apparatus, ideology and interpellation – to think about platformisation. From the analysis of platforms such as Change.org, Tinder and BeReal, it is concluded that in the processes of platformisation, through ideological forms and modalities of interpellation that have their own specificity, novel rituals of ideological recognition are formed that intervene in the guarantee that every subject needs about his or her singularity. In this way, algorithmic coding and ideological interpellation take place in the same movement on the platforms.

Keywords: platformisation; ideology; subjectivity; algorithms; interpellation.

Resumo

O artigo participa de uma tendência identificada por Thomas Poell, David Nieborg e José van Dijck, que apontam para um movimento na academia desde uma discussão das plataformas como “coisas” até uma análise da plataforma como um processo. Neste contexto, o artigo constitui uma reflexão teórica que investiga a dimensão ideológica e subjetiva da plataforma. Sua tese é que, para avançar na explicação dos processos subjetivos das plataformas, é necessário recorrer à teoria althusseriana da ideologia, em articulação com a pesquisa que propõe os conceitos de “governabilidade algorítmica” e “perfilagem”. O artigo focaliza a relevância teórica de três categorias fundamentais da abordagem althusseriana – o aparelho ideológico do estado, a ideologia e a interpelação – a fim de pensar a plataforma. A partir da análise de plataformas como Change.org, Tinder e BeReal, conclui-se que nos processos de plataforma, através de formas ideológicas e modalidades de interpelação que têm sua própria especificidade, são formados novos rituais de reconhecimento ideológico que intervêm na garantia que cada sujeito necessita sobre sua singularidade. Desta forma, a codificação algorítmica e a interpelação ideológica acontecem no mesmo movimento sobre as plataformas.

Palavras-chave: plataforma; ideologia; subjetividade; algoritmos; interpelação.

Introducción

En la vida cotidiana interactuamos con una multiplicidad de plataformas. Miramos fotos y videos que los algoritmos eligen para nosotros en las denominadas redes sociales –Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, BeReal–. Creemos en la promesa de que en Tinder o Happn encontraremos a la persona que necesitamos ahora. Confiamos en Waze para llegar con rapidez a un lugar cualquiera. Si una obra social no cumple con un tratamiento médico, recurrimos a Change.org para publicar una petición o firmar las de otros. Revisamos las opiniones que figuran en Maps antes de ir a un restaurante por primera vez. Enviamos mensajes por WhatsApp. Compramos por MercadoLibre y recibimos notificaciones en nuestros *smartphones* con las ofertas del día. Transferimos dinero e invertimos por MercadoPago. Viajamos en Uber, Cabify o Didi y repartidores de Rappi y PedidosYa colman las calles con sus mochilas enormes. Escuchamos música en Spotify. Miramos televisión por YouTube y películas en Netflix, Disney+ y tantas otras. Los adolescentes estudian y los profesores corrigen en Classroom. El archivo de texto que origina este artículo está siendo guardado y sincronizado en los servidores de Drive mientras es escrito. La enumeración podría continuar hasta el aburrimiento.

Este comienzo no se propone convencer al lector de que las plataformas son determinantes en su vida sino plantear interrogantes. ¿Por qué se confía en las plataformas para resolver aspectos tan variados de la cotidianeidad? Para acercarse a una respuesta provisoria, debemos partir de otras preguntas: ¿en qué características del funcionamiento de las plataformas reside su eficacia? ¿Cómo se entran con la subjetividad? La tesis de este trabajo consiste en que para avanzar en el conocimiento y la explicación del funcionamiento de las plataformas se debe recurrir a la teoría althusseriana de la ideología. Es necesario indagar, por lo tanto, en la dimensión ideológica y subjetiva de los procesos de plataformización de la vida social.

En la argumentación nos mantendremos apegados a “Ideología y aparatos ideológicos de Estado”, escrito en el que Althusser presenta los conceptos de aparato ideológico de Estado (AIE), ideología e interpelación¹. El trabajo se propone reflexionar acerca de la pertinencia de estas categorías para analizar la plataformización creciente de la vida social. Encontraremos que los conceptos de ideología e interpelación contribuyen a la explicación de los procesos de plataformización y que el de AIE se resquebraja. Este resquebrajamiento indica una transformación histórica respecto a la época en que Althusser escribió su texto.

Antes de continuar, haremos tres aclaraciones.

En primer lugar, hemos utilizado el término plataforma para referirnos a fenómenos tan disímiles como BeReal, Waze, Uber y Change.org. También hicimos mención a algoritmos y plataformización, conceptos que requieren de precisiones teóricas que los alejen de las definiciones del sentido común. A ello nos dedicaremos antes de adentrarnos en el planteo central del trabajo.

Segundo, recurrir a las categorías de ideología e interpelación constituye una apuesta por pensar la relación entre subjetividad y plataformización. En esta reflexión han avanzado investigaciones que elaboran los conceptos de gubernamentalidad algorítmica² y lo *dividual*³.

¹ Louis Althusser, *Freud y Lacan* (Buenos Aires: Nueva Visión, 1970).

² Antoinette Rouvroy y Thomas Berns, “Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación. ¿La disparidad como condición de individuación a través de la relación?”, *Adenda Filosófica* 1 (2016): 88-116.

³ Pablo Rodríguez y Fernanda Bruno, “The Dividual: Digital Practices and Biotechnologies”, *Theory, Culture & Society* 39 (2021): 27-50.

Este trabajo pretende precisar la especificidad de la dimensión ideológica de los procesos de plataformización, lo que servirá para situar su relación con estas otras perspectivas, cosa que haremos en el próximo apartado.

Por último, el trabajo se sustenta en investigaciones previas acerca de la dimensión ideológica y la discursividad en torno a plataformas de participación ciudadana⁴ y chatbots⁵. En los artículos citados analizamos plataformas y chatbots a partir de una articulación entre la propuesta arqueológica de análisis del discurso de Foucault⁶ y las categorías althusserianas de ideología, interpelación y sobredeterminación. Este texto, por lo tanto, constituye una construcción teórica, reflexiva, que sistematiza hallazgos que indican una alternativa para el análisis de la dimensión ideológica de las plataformas.

El trabajo empieza con un apartado acerca del sistema conformado por datos, algoritmos y plataformas, con el objetivo de precisar de qué hablamos cuando hablamos de plataformas y de plataformización. Luego, argumentaremos que la esquematización althusseriana de los AIE, concebida a fines de la década de los sesenta, requiere ser revisada para pensar la plataformización. Esta argumentación funcionará como un rodeo para introducir los conceptos de ideología e interpelación subjetiva. Sostendremos que la plataformización cuenta con una dimensión ideológica ineludible, en tanto interviene en la representación de la relación imaginaria de los sujetos con sus condiciones materiales de existencia, y que sus consecuencias subjetivas pueden ser pensadas a partir del doble mecanismo de reconocimiento y desconocimiento que distingue a la interpelación. Para demostrarlo, analizaremos la forma ideológica y la estructura de las modalidades de interpelación de plataformas que a simple vista presentan diferencias en sus propósitos y en su funcionamiento: Change.org, Tinder y BeReal⁷.

El orden, entonces, será el mismo que sigue Althusser en su texto: AIE, ideología, interpelación. Pero antes precisamos algunos conceptos fundamentales para el estudio de los procesos de plataformización.

Plataformización, datificación, perfilado y gubernamentalidad algorítmica

Thomas Poell, David Nieborg y José van Dijck identifican un movimiento en la academia que va de una discusión de las plataformas como “cosas” a un análisis de la plataformización como proceso⁸. A partir de este deslizamiento, los autores dan cuenta de la vastedad de la plataformización, en tanto proceso en expansión con consecuencias en múltiples ámbitos de la vida. Nuestro trabajo comparte este énfasis en la dimensión procesual de la plataformización y su relevancia creciente,

⁴ Mariano Caputo, “¿Ágoras virtuales? Neoliberalismo y democracia consensual en plataformas digitales de participación”, *Revista Sociedad* 40 (2020); “La tecnología entre los representantes y los representados. Arqueología de una serie de plataformas digitales de participación”, *Argumentos. Revista de crítica social* 20 (2020); “La singularización de lo igual. Las interpelaciones al vecino y a la persona común en plataformas de participación”, *Avatares* 21 (2021).

⁵ Mariano Caputo, “¿La nueva era de los chatbots? Apuntes acerca de las determinaciones ideológicas y discursivas del caso ‘Boti’ en la Ciudad de Buenos Aires”, *Cuadernos de H Ibaos* 17 (2023).

⁶ Michel Foucault, *La arqueología del saber* (Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores, 2015).

⁷ La selección de estas plataformas se justifica a partir de la propuesta metodológica desarrollada por Foucault en *La arqueología del saber*. En el abordaje de los hechos del discurso, el movimiento arqueológico implica desconfiar de las unidades evidentes – como la obra, el autor o un criterio temático extradiscursivo – para constituir otras series que resulten del trabajo de investigación. En Change.org, Tinder y BeReal identificamos regularidades en sus formas ideológicas y modalidades de interpelación subjetiva, lo que nos permite agruparlas con el fin de argumentar la pertinencia y la relevancia de estudiar la dimensión ideológica de los procesos de plataformización.

⁸ Thomas Poell, David Nieborg y José van Dijck, J, “Platformisation”, *Internet Policy Review* 8, no. 4 (2019): 1-13.

aspectos que desarrollaremos en el próximo apartado, cuando nos preguntemos si las plataformas pueden ser consideradas un AIE.

Los autores se proponen definir los conceptos de plataforma y plataformización a partir de los aportes de cuatro vertientes de la literatura académica: estudios de software, estudios de negocios, economía política crítica y estudios culturales. La plataformización es definida como un proceso que reorganiza las prácticas y los imaginarios culturales en torno a las plataformas e implica la “penetración de infraestructuras, procesos económicos y marcos gubernamentales de las plataformas en sectores económicos y esferas diferentes de vida”⁹. Aquí nos proponemos añadir y precisar la dimensión ideológica de este proceso, objetivo que consideramos un aporte al campo, en un doble sentido: tanto para los estudios de la plataformización que carecen de la pregunta por lo ideológico como para quienes trabajan la teoría althusseriana de la ideología, cuyas categorías no han sido puestas a prueba en el abordaje de los procesos de plataformización.

A la definición de Poell, Nieborg y van Dijck debe agregarse también la dimensión discursivo-epistémica de la plataformización. Nos referimos al trabajo de Pablo Rodríguez, quien ha reconstruido y definido los rasgos de una nueva episteme que se desarrolló en paralelo a la analizada por Foucault en *Las palabras y las cosas*¹⁰. El surgimiento de la estadística, las utopías de comunicación y el público en los siglos XVIII y XIX dan inicio a un recorrido epistémico que resulta en la preeminencia actual de ciertas formaciones discursivas relacionadas con la cibernética y la teoría de los sistemas: la comunicación, el sistema, la información y la organización. Los procesos de plataformización no pueden comprenderse sin reponer la historicidad de estas formaciones discursivas en las que encuentran su lugar y su eficacia ideológico-discursiva conceptos como programa, código y retroalimentación.

Las plataformas, por su parte, son “infraestructuras digitales (re)programables que facilitan y dan forma a interacciones personalizadas entre usuarios finales y complementadores, organizadas a través de la recolección sistemática, el procesamiento algorítmico, la monetización y la circulación de datos”¹¹. Hay una coincidencia con Srnicek¹², quien sostiene que las plataformas son infraestructuras digitales que habilitan la interacción entre distintos grupos de usuarios –clientes, proveedores de servicios, anunciantes– que a su vez pueden construir sus propios productos y contenidos. Al erigirse en el terreno para las interacciones, las plataformas disponen de una posición de privilegio para producir y registrar volúmenes crecientes de datos.

Las plataformas dan forma a estas interacciones, con efectos en las prácticas de los sujetos. En los apartados cuatro y cinco argumentamos que estos efectos se producen mediante formas ideológicas y modalidades de interpelación subjetiva que conforman rituales novedosos de reconocimiento ideológico. Por ahora dejamos en suspenso este punto.

La definición de Poell, Nieborg y van Dijck indica la centralidad de dos procesos: la datificación y el procesamiento algorítmico. Como argumenta Rodríguez, datos, algoritmos y plataformas conforman un sistema, el sistema DAP, concepto que señala la interrelación compleja de estos términos, que no pueden comprenderse si se los aborda de manera aislada¹³. Explorar la relación

⁹ *Ibid.*, 5-6.

¹⁰ Pablo Manolo Rodríguez, *Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas* (Buenos Aires: Cactus, 2019).

¹¹ Poell, Nieborg y van Dijck, “Platformisation”, 3.

¹² Nick Srnicek, *Capitalismo de plataformas* (Buenos Aires: Caja Negra, 2018), 44-45.

¹³ Rodríguez, *Las palabras en las cosas*.

entre subjetividad y plataformización requiere entonces problematizar los conceptos de datificación, perfilado y gubernamentalidad algorítmica.

Para Flavia Costa, la datificación implica la conversión de lo existente en dato, la transformación de un hecho en un registro simbólico o físico a incluirse en una serie para su análisis, comparación y medición¹⁴. Poell, Nieborg y van Dijck agregan que la datificación alcanza prácticas que históricamente eludieron la cuantificación mediante la producción de meta-datos de comportamiento que incluyen actividades tan triviales como caminar, mirar una foto, conducir un auto o hasta permanecer en un lugar¹⁵.

El análisis algorítmico de estos datos, como señalan Rodríguez y Bruno, habilita el modelado de perfiles que responden a patrones estadísticos y anticipan potencialidades de los sujetos, desde preferencias de consumo a inclinaciones políticas¹⁶. Los perfiles, en esta primera acepción, no conciernen tanto a un sujeto específico como a las correlaciones estadísticas que se establecen entre los rasgos de numerosos sujetos. Es el momento del *datamining*, del tratamiento automatizado de los datos que reconstruye “los casos singulares desperdigados por las codificaciones, pero no los remite a ninguna norma general, sino únicamente a un sistema de relaciones”¹⁷.

Esta dimensión del perfil implica una elaboración “abstracta”, decisiva en los procesos de plataformización, que escapa a la “reflexividad” del sujeto. El otro aspecto del perfil, de acuerdo a Rodríguez y Bruno, alude a la manera en que los sujetos construyen su exposición en las plataformas¹⁸. A los aspectos de la vida que, en palabras de Sibilia, deciden *extimar*, es decir, sustraer de su intimidad para exhibirlos¹⁹. Se trata de una dimensión que carga con cierta “reflexividad” por parte del sujeto, en tanto decide qué comunicar acerca de sí mismo y del mundo en una o varias plataformas.

En el marco de la pregunta por la dimensión ideológica de la plataformización, quisiéramos señalar que estas acepciones del perfil se corresponden con el doble mecanismo de reconocimiento y desconocimiento que distingue a la interpelación ideológica, según Althusser²⁰: el sujeto se da una cierta imagen de sí mismo en las plataformas, se reconoce como sujeto singular, con ciertas características –la acepción “reflexiva”, “voluntaria”, del perfil–; y al mismo tiempo desconoce los mecanismos de perfilado y *datamining* que anticipan y condicionan sus comportamientos –la acepción “abstracta”, algorítmica, del perfil–. En este señalamiento hay una relación por construir, cuya necesidad refuerza aún más un fragmento del trabajo de Rouvroy y Berns, cuando se señala que el sujeto, “sean las que sean sus capacidades de entendimiento, de voluntad, de expresión, ya no es prioritariamente a través de esas capacidades que el ‘poder’ los interpela, sino más bien a través de sus ‘perfiles’ (de potencial estafador, de consumidor...)”²¹.

La gubernamentalidad algorítmica, según los autores franceses, impone una estadística de nuevo tipo, que se caracteriza por su independencia respecto de toda norma anterior a la normatividad inmanente que erige el *datamining*: “Es una producción automatizada de saber, que... puede prescindir de toda hipótesis previa... Pareciera que las normas emergen a partir de lo real

¹⁴ Flavia Costa, *Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida* (Buenos Aires: Taurus, 2021), 38.

¹⁵ Poell, Nieborg y van Dijck, “Platformisation”, 6.

¹⁶ Rodríguez y Bruno, “The Dividual: Digital Practices and Biotechnologies”, 13-16.

¹⁷ Rouvroy y Berns, “Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación”, 90.

¹⁸ Rodríguez y Bruno, “The Dividual: Digital Practices and Biotechnologies”, 13-16.

¹⁹ Paula Sibilia, *La intimidad como espectáculo* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2013).

²⁰ Althusser, *Freud y Lacan*.

²¹ Rouvroy y Berns, “Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación”, 98-99.

mismo”²². Esta práctica estadística incluiría una adhesión tácita de los individuos, por lo que en el gobierno algorítmico se evitaría toda forma de subjetividad: “El momento de reflexividad, de crítica, de recalitrancia, necesario para que haya subjetivación, parece complicarse o posponerse incesantemente”²³.

Unos párrafos más adelante, Rouvroy y Berns escriben el fragmento que sugiere que el “poder algorítmico” interpela a los sujetos mediante sus perfiles. Ante todo, debemos puntualizar que la categoría althusseriana de sujeto difiere de la trabajada por los autores franceses en su artículo. Según Althusser, no es necesario que haya “crítica” ni “toma de conciencia” para que el sujeto se constituya como tal. La ideología, cuya función principal consiste en interpelar a los individuos como sujetos, es “profundamente *inconsciente*, aun cuando se presenta bajo una forma reflexiva... Es, sin dudas, un sistema de representaciones, pero estas representaciones... se imponen como *estructuras* a la mayoría de los hombres, sin pasar por su ‘conciencia’”²⁴. El sujeto se reconoce a sí mismo a condición de desconocer el funcionamiento de la ideología que lo interpela como un sujeto que es, en verdad, un siempre ya-sujeto –no hay “individuo” que anteceda a la instancia ideológica; la distinción entre “individuo” y sujeto es meramente teórica–.

Esta contraposición, desde nuestro punto de vista, contribuye a conceptualizar la gubernamentalidad algorítmica como una de las dimensiones de los procesos de plataformización, un momento que enfoca en la relación entre el *datamining* y la elaboración algorítmica de perfiles. Señalábamos más arriba la importancia de analizar en su entrelazamiento el sistema conformado por datos, algoritmos y plataformas. El texto de Rouvroy y Berns carece de la pregunta por la especificidad de las plataformas, la instancia material que habilita el funcionamiento de la relación entre *datamining* y elaboración algorítmica de perfiles y en la que los perfiles interpelarían a los sujetos.

En la plataformización, efectivamente, se conforman perfiles automatizados a partir de correlaciones estadísticas, de una manera que disipa “las condiciones espaciales, temporales y lingüísticas de la subjetivación y de la individuación, en provecho de una regulación objetiva, operacional, de las conductas posibles, y esto partiendo de ‘datos brutos’ en sí mismos a-significantes”²⁵. Pero el sujeto jamás se encuentra solo ante la plataforma. Actúa en ella junto a otros sujetos y en la materialidad de la relación con esos otros se afirman las condiciones espaciales, temporales y lingüísticas de la subjetividad que se constituye en los procesos de plataformización. Cuando el sujeto mira videos en TikTok o chatea en Tinder está reconociéndose ideológicamente como sujeto singular, y la misma condición le reconoce a los otros sujetos de la plataforma.

La gubernamentalidad algorítmica elude en parte a los sujetos, pero en las plataformas se conforman rituales novedosos de reconocimiento ideológico que intervienen en la constitución identitaria de los sujetos. No consideramos a la gubernamentalidad algorítmica y a la interpelación ideológica como procesos contradictorios sino como dimensiones diferentes de los procesos de plataformización, distinguibles desde un punto de vista teórico, pero que actúan en conjunto en el funcionamiento de las plataformas: la codificación algorítmica y la instancia ideológica tienen lugar en un mismo movimiento.

²² *Ibid.*, 93.

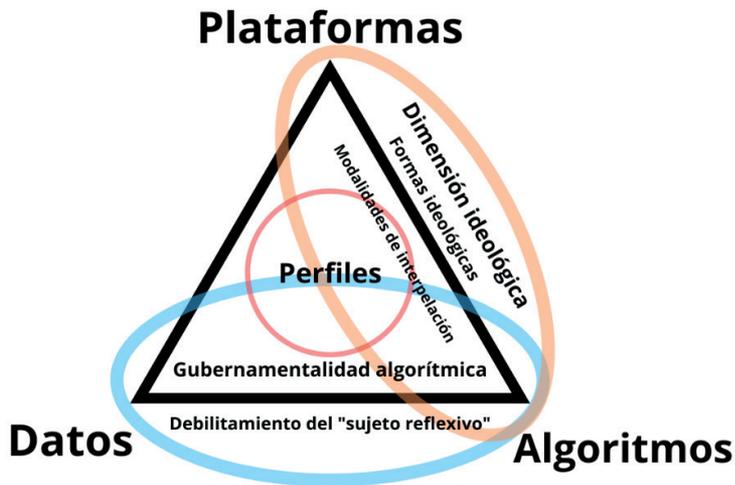
²³ *Ibid.*, 97.

²⁴ Louis Althusser, *La revolución teórica de Marx* (Buenos Aires: Siglo Veintiuno ediciones, 1967), 193.

²⁵ Rouvroy y Berns, “Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación”, 100.

Esta relación quedará más clara en los apartados siguientes, cuando avancemos en la exploración de la dimensión ideológica de la plataformización. Pero hasta aquí hemos delineado, entonces, aspectos fundamentales del funcionamiento de las plataformas: la datificación, el perfilado, la gubernamentalidad algorítmica y la interpelación ideológica. La siguiente ilustración resume lo esencial de nuestro planteo acerca de la subjetividad en los procesos de plataformización.

Figura 1. Esquema de la subjetividad en los procesos de plataformización



Fuente: elaboración propia

En este triángulo, la gubernamentalidad algorítmica opera en la relación entre datos y algoritmos: es el momento de la elaboración algorítmica y automatizada de perfiles a partir del registro de datos abstraídos de su contexto y toda significación propia, en el marco de un saber que por lo general “no está disponible para los individuos ni es perceptible por ellos, pero que sin embargo se les *aplica*”²⁶. La dimensión ideológica opera, en cambio, en la relación entre plataformas y algoritmos. En las plataformas los sujetos participan de rituales de reconocimiento ideológico en los que constituyen su subjetividad; y en las modalidades de este reconocimiento intervienen los algoritmos mediante la personalización de contenidos y funciones que condicionan los actos de los sujetos, como demostraremos en el quinto apartado. Por último, la centralidad del perfil en el triángulo avanza en el sentido que desliza la cita de Rouvroy y Berns. Los perfiles, en su doble acepción, serían la bisagra entre ambas dimensiones, el punto en el que se intersectan la gubernamentalidad algorítmica y la interpelación ideológica.

Debemos remarcar una vez más que estas dimensiones resultan discernibles en la reflexión teórica. Cuando se actúa en una plataforma, la gubernamentalidad algorítmica, el perfilado y la

²⁶ *Ibid.*, 95.

interpelación ideológica ocurren en simultáneo y se afectan mutuamente. El gobierno algorítmico requiere de un sujeto interpelado a actuar en las plataformas. Y los perfiles modelados a partir de correlaciones estadísticas de datos que no pertenecen a sujeto alguno se traducen en la anticipación y la afectación de comportamientos de sujetos particulares. De esta manera, la codificación algorítmica acentúa la personalización mediante contenidos que se proponen encajar con las propiedades de un perfil automatizado y nunca acabado, producto cada vez del análisis de un cúmulo de *inputs* que el sujeto no siempre sabe que brinda –parte del necesario desconocimiento que todo mecanismo de interpelación implica– y sirven a la creación de un espejo abstracto y provisorio en el que es llamado a reconocerse –el *output* que el sistema ofrece y que se traducirá, por la respuesta del sujeto, inclusive por su no respuesta, en nuevos *inputs*, en nuevos espejos–.

Dicho esto, es momento de desplegar y precisar la dimensión ideológica de los procesos de plataformización. Seguiremos el orden anticipado: AIE, ideología, interpelación.

El futuro llegó: ¿pueden las plataformas ser pensadas como un AIE?

En “Ideología y aparatos ideológicos de Estado”, Althusser sostiene que el funcionamiento de la ideología contribuye a asegurar la reproducción de las relaciones de producción. Para llegar a esta conclusión, discute, en primer lugar, la teoría marxista del Estado, al que se concibe de manera explícita como aparato represivo al servicio de las clases dominantes. A esta teoría del Estado, según Althusser, le falta otra realidad, que se manifiesta junto al aparato represivo: los aparatos ideológicos del Estado. A diferencia del aparato represivo, que funciona preponderantemente mediante la violencia, los AIE funcionan masivamente con la ideología.

¿Qué son entonces los AIE? Althusser designa con este concepto un “cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas”²⁷ y brinda a continuación una lista que, en sus propias palabras, exigirá ser rectificada: AIE religioso, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, de información y cultural. Los AIE, en comparación con el aparato represivo, son plurales y provienen en su mayoría del dominio “privado”. Como afirma Althusser, el Estado es la condición de toda distinción entre “público” y “privado”, por lo que poco importa que un AIE sea “público” o “privado”. Un AIE se define no por su origen sino por su funcionamiento; y la unicidad de los AIE, a pesar de su pluralidad, se explica por la ideología mediante la que funcionan, unificada bajo la ideología dominante.

¿Se puede hablar, a partir de la definición althusseriana, de un “AIE de las plataformas”? El obstáculo más importante para pensar en un “AIE de las plataformas” consiste en la necesaria especialización que implica el concepto. Si las consideramos un AIE, entonces las plataformas se encuentran al mismo nivel que los otros AIE de una formación social. Para Pêcheux, autor de la teoría materialista del discurso a partir de las ideas de Althusser, cada AIE cuenta con propiedades regionales y objetos ideológicos que se recortan como propios: Dios, la Ética, la Ley, la Justicia, la Familia, el Conocimiento²⁸. ¿Cuál sería el objeto ideológico del que las plataformas se apropiarían para constituir una región distinta de las de otros AIE? En la introducción mencionamos

²⁷ Althusser, *Freud y Lacan*, 27-28.

²⁸ Michel Pêcheux, *Las verdades evidentes. Lingüística, semántica, filosofía* (Buenos Aires: Ediciones CCC, 2016), 131.

plataformas de características diversas. ¿Es posible concebirlas unificadas por una especialización evidente, por un objeto ideológico al que tienden a asociarse?

La respuesta, desde nuestra perspectiva, es no. Se torna necesario realizar un doble rodeo para explicar por qué.

En primer lugar, habría que referirse a la plataformización creciente de la vida social antes que al conjunto de plataformas como un aparato ideológico unificado. Un proceso dominante, en curso, pero cuya forma final desconocemos –a diferencia, por ejemplo, de la escuela, que cuenta con modalidades que aunque estén en crisis se mantienen relativamente invariantes desde hace más de un siglo–. Las plataformas, en términos de Deleuze, funcionan con la lógica de la modulación y no con la de los moldes de las instituciones disciplinarias cuyas intervenciones disponen de un principio y un final y de las que se entra y sale²⁹. Considerar a las plataformas como un aparato ideológico especializado conlleva el peligro de perder de vista el efecto de conjunto de la plataformización. Su pretensión de capturar la vida social en su inmanencia, en tanto proceso que implica una elaboración permanente de perfiles múltiples y abstractos que interpelan al sujeto de manera transversal a la división de lo social en regiones ideológicas.

En segundo lugar, el funcionamiento y los efectos de esta plataformización pueden ser pensados a partir de una analogía con la Teoría Matemática de la Información (TMI) de Shannon, elaborada a fines de la década de 1940 con el objetivo de reducir el costo de las telecomunicaciones. La TMI se proponía eliminar o atenuar el ruido en una secuencia de mensajes –o en un mensaje– a partir del reconocimiento de patrones en el sistema de la lengua. Ante una palabra incompleta o la ausencia de una o más palabras, la codificación que ofrece la lengua como sistema cerrado, con sus combinaciones finitas, permite completar la cadena significativa para favorecer la correspondencia total entre emisor y receptor.

La plataformización creciente promueve una codificación generalizada de lo social mediante su datificación: gustos culturales, desplazamientos, opiniones políticas, participación ciudadana, relaciones interpersonales... La interconexión de los datos registrados por las plataformas tiende a codificar la vida social en una apuesta por transformarla en algo semejante a un sistema cerrado del cual se pueden obtener y analizar patrones estadísticos, operación llevada adelante por algoritmos automatizados que se complejizan y perfeccionan a mayor cantidad de datos y predicciones efectuadas.

La plataformización, de esta manera, no cuenta con una especialización o región que le sea propia. Se plataformiza lo que desde el punto de vista de los AIE aparece como distinto y especializado: las regiones de la Ley, la Familia, el Conocimiento... La plataformización atraviesa la pluralidad de los AIE enumerados por Althusser mediante su codificación algorítmica, aunque ciertas plataformas responden a una división en regiones –por ejemplo: Classroom y Academia. edu para la “educación”; Change para la “participación ciudadana”; Netflix y Spotify para la “cultura”– y a su vez hay plataformas que ocupan posiciones de dominio, aunque no encajen de manera precisa en esa regionalización: Google y las plataformas de Meta –Facebook, WhatsApp e Instagram– son dominantes por el volumen de datos producidos gracias a que “llegaron primero”

²⁹ Gilles Deleuze, “Posdata sobre las sociedades de control”, en *El lenguaje libertario. Antología del pensamiento anarquista contemporáneo*, Christian Ferrer editor (La Plata: Terramar, 1999).

–lo que Srnicek denomina “efecto de red”³⁰– y así intervienen de manera generalizada en los procesos de plataformización.

La vastedad de la plataformización, de esta manera, no encaja con la especialización de los AIE. La plataformización, pese a ello, produce efectos en los AIE que pueden pensarse a partir de la reflexión de Althusser sobre la transformación histórica del conjunto de los AIE en el pasaje del modo de producción servil al modo de producción capitalista³¹.

En el modo de producción servil, el AIE dominante es la Iglesia, que acumula y concentra funciones –además de las religiosas, la escolar y las de información y cultura– que en el modo de producción capitalista, cuando Althusser escribe, aparecen distribuidas en AIE diferentes. En el modo de producción capitalista, como resultado de la lucha de clases, el AIE que reemplaza a la Iglesia en sus funciones, y se transforma por lo tanto en dominante, es la Escuela. De las características de la Escuela enumeradas por Althusser nos interesan dos. Primero: dispone de una audiencia obligatoria durante una mayor cantidad de tiempo que cualquier otro aparato ideológico. Segundo: inculca “habilidades” recubiertas y disimuladas por una ideología de la escuela universalmente reinante que la representa como un medio neutral y desprovisto de ideología.

El interés en esta reflexión histórica de Althusser consiste en que las características que volvieron dominantes a la Iglesia y a la Escuela en cada modo de producción, pueden atribuirse hoy a la plataformización. Si bien no consideramos a las plataformas como un AIE dominante, el desajuste conceptual entre plataformización y AIE sugiere una cierta jerarquía de estos procesos, que producen efectos en la dispersión de regiones ideológicas bajo formas que cuentan con su propia especificidad.

La plataformización, en primer lugar, de manera tendencial y contradictoria, acumula y concentra funciones que Althusser atribuía a los AIE distintos y especializados de su época. Pensemos, a modo de ejemplo, en el AIE jurídico. Las plataformas disponen de una “arquitectura central”³² que regula y establece las reglas de lo que puede y no puede hacerse en ellas. Donde haya usuarios de Facebook, Facebook impone su regulación, que atraviesa las determinaciones jurídicas de los Estados nacionales. Esto mismo aplica para las plataformas austeras³³, como Uber. Donde funciona Uber, se establece un derecho laboral ad-hoc que coexiste, de manera más o menos conflictiva, con las disposiciones legales de la ciudad o el país en el que sus conductores manejan. Ciertas plataformas establecen así su propia codificación legal de las relaciones laborales.

Hay otros ejemplos que demuestran la efectividad creciente de la plataformización en la pluralidad de los AIE. Piénsese en el acceso a la información en “redes sociales” mediante la recomendación algorítmica de noticias afines a las propias ideas. El consumo cultural y de entretenimiento tiende a realizarse en plataformas –Spotify y Netflix son los casos más salientes– y la plataformización se incrusta en los tiempos de la educación por el uso de plataformas como Classroom.

En segundo lugar, la plataformización dispone de una audiencia *voluntaria* –así es vivida y representada en la ideología– que excede ampliamente los tiempos de la escuela. Cuando un chico mira dibujos animados por YouTube Kids, a los dos o tres años, empieza su recorrido por las

³⁰ Srnicek, *Capitalismo de plataformas*, 46-47.

³¹ Althusser, *Freud y Lacan*.

³² Srnicek, *Capitalismo de plataformas*, 48-49.

³³ *Ibid.*, 71-83.

plataformas –si es que sus padres, antes, no subieron fotos y videos de su nacimiento en Instagram o TikTok–, un recorrido que se extenderá y lo acompañará, probablemente, hasta el final de su vida.

Por último, y esto nos parece decisivo, en la ideología se representa a las plataformas, como afirmaba Althusser de la Escuela –asociada hoy, en cambio, con el “adoctrinamiento” y la “politización”–, como medios neutrales, sin ideología, que no hacen más que colaborar en la concreción de una multiplicidad de labores de la vida cotidiana. PedidosYa ofrecerá de forma veloz y eficaz a su repartidor más cercano si olvidamos hacer una compra. Interactuamos con nuestras amistades en la “red social” de moda. Ante la irresponsabilidad del Estado, Change.org permite juntar firmas para reclamar y construir una ciudadanía “activa”. Maps y Waze nos llevarán con rapidez a donde queramos llegar. Actualizamos nuestro perfil de LinkedIn con la esperanza de conseguir un trabajo. Esta es la naturalidad evidente con que vivimos nuestra relación con las plataformas en la ideología. Ya decía Althusser que la ideología es indispensable para formar a los sujetos y ponerlos en estado de responder a sus condiciones de existencia³⁴. Las plataformas intervienen de manera creciente en las modalidades ideológicas e imaginarias de esta disposición a responder.

Con esta reflexión no se quiere afirmar que el concepto de AIE deba ser descartado. Ni que haya perdido vigencia para pensar aquello que se vive como especializado en regiones ideológicas. Aún hablamos de “educación”, “religión” y “cultura”, y cada vez que lo hacemos, sabemos –porque participamos de su evidencia ideológica– a qué nos estamos refiriendo. La plataformización, sin embargo, no encaja con el esquema althusseriano de los AIE, porque interviene, con una forma que le es específica, en la dispersión de regiones ideológicas correspondientes a los AIE. Este desajuste indica una transformación histórica. No casualmente las plataformas reúnen atributos que tornaron dominantes a la Iglesia y a la Escuela en los modos de producción analizados por Althusser.

Hay una característica adicional de los AIE que aún no hemos mencionado, y que nos permitirá dar el salto a los siguientes apartados, abocados a la ideología y la interpelación. Althusser argumenta que la ideología tiene una existencia material: “... hablaremos de actos insertos en prácticas. Y destacaremos que tales prácticas están reguladas por rituales en los cuales se inscriben, en el seno de la existencia material de un aparato ideológico”³⁵. No hay práctica sino por y bajo una ideología, agrega en una de sus tesis. A modo de ejemplo: bautizarse y tomar la comunión son prácticas reguladas por el AIE religioso.

Así como se tornaba dificultoso identificar un objeto ideológico propio de las plataformas, lo mismo ocurre con sus rituales. ¿Cuáles serían las prácticas distintivas de un “AIE de las plataformas”? Más allá de mirar la pantalla del *smartphone* y deslizar el dedo, formarían también parte de sus rituales actos tan variopintos como esperar un auto, del que se conoce la patente y el nombre del conductor, en el lugar en el que se esté, mientras se controla su trayectoria en tiempo real en un mapa –en vez de salir a esperar un taxi en una avenida, por ejemplo–. Como contrapartida, trabajar de conductor con la expectativa puesta en los viajes que ofrece la plataforma, de manera análoga al repartidor que se moviliza a toda velocidad en su bicicleta para cumplir con los tiempos que se le exigen –¿pero quién encarna esa exigencia, quién la realiza? Retomaremos esta pregunta cuando hablemos de la interpelación ideológica–. Rellenar un formulario de información en una

³⁴ Althusser, *La revolución teórica de Marx*, 195.

³⁵ Althusser, *Freud y Lacan*, 61.

plataforma amorosa, como Stir, que promete reunir hombres y mujeres solteros que desean tener hijos –y, como parte de esa misma práctica, salir con ese hombre o esa mujer, formar una pareja y tener hijos–. Leer noticias en Facebook y mirar videos en YouTube, sugeridos algorítmicamente, del economista estrella del agrado del sujeto. En estos pocos ejemplos se entremezclan rituales de los AIE sindical, familiar y de información.

La plataformización, de esta manera, funciona como un barniz que se adhiere a superficies disímiles, otorgándoles un aire de semejanza. Althusser hablaba de la ideología dominante como la partitura común a los AIE³⁶. Tal vez deba empezar a pensarse entonces a la plataformización como una de las expresiones tendenciales de la ideología dominante en nuestra época. Hasta aquí, al momento de ejemplificar la relación del sujeto con las plataformas, hemos resaltado términos como “rapidez”, “eficacia”, “velocidad”, “actividad”. Esperar un auto mientras se controla su trayectoria y se evalúan los datos del conductor, en vez de salir a la calle, o consumir contenidos en plataformas on demand en el hogar, son maneras “cómodas” que reducen la incertidumbre, la “fricción”. Las sugerencias algorítmicas de contenidos uniformizan las fuentes de información. Se compite –y se es evaluado– por los *likes* y el reconocimiento ajeno en una “red social”. El entrelazamiento de estos términos indica tendencias dominantes que exceden a los procesos de plataformización, pero que estos acentúan y realizan mediante *formas ideológicas* que requieren ser elucidadas.

Investigar las formas ideológicas de las plataformas

Para explicar a qué nos referimos con formas ideológicas, se torna necesario regresar al ejemplo de la Escuela, institución que, según Althusser, enseña “habilidades” –técnicas y conocimientos– para la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo. Junto a estas “habilidades”, se aprenden también “reglas del buen uso” que indican el modo conveniente de utilizarlas. La escuela, por lo tanto, “enseña las ‘habilidades’ bajo formas que aseguran el *sometimiento a la ideología dominante* o el dominio de su ‘práctica’”³⁷. El énfasis de Althusser en las formas de sometimiento ideológico puede relacionarse con el planteo de Pêcheux acerca de la materialidad de la instancia ideológica: “los ‘objetos’ ideológicos siempre se entregan junto con el ‘modo de usarlos’ –su ‘significado’, es decir, su orientación, es decir, los intereses de clase a los que responden”³⁸.

En las páginas que siguen, argumentamos que las plataformas se “entregan” bajo formas ideológicas que interpelan a los sujetos a reconocerse y actuar en ellas de una manera específica. Para analizar estas formas se debe ir más allá de los términos y condiciones y de las interfaces compuestas por animaciones visuales. Los efectos ideológicos de una plataforma se explican por la articulación que efectúa entre un conjunto de tendencias históricas, dominantes en la coyuntura; la historicidad de las formaciones discursivas en que se inscribe; y sus peculiaridades técnicas. Las plataformas son hechos sociales, técnicos y discursivos que resultan de una *sobredeterminación*³⁹ de instancias diversas, contradictorias, pero entrelazadas; explicación que no anula la novedad de las plataformas, dado que son las que posibilitan y realizan esta articulación compleja y singular.

³⁶ *Ibid.*, 37-46.

³⁷ *Ibid.*, 15.

³⁸ Pêcheux, *Las verdades evidentes*, 131.

³⁹ Althusser, *La revolución teórica de Marx*, 81.

Las plataformas pueden ser pensadas como un jeroglífico, cuyo secreto a develar es su forma. Como plantea Žižek respecto al análisis del sueño en Freud y de la mercancía en Marx, no hay un “contenido oculto” a descubrir detrás de la forma ideológica que asume una plataforma⁴⁰. El análisis ideológico de una plataforma procura explicar el “secreto” de esa misma forma, que se encuentra en sus funciones más naturalizadas, que guían y enmarcan las prácticas de los sujetos. Se trata de desentrañar su funcionamiento ideológico, de explicar de qué modo una plataforma traduce en un conjunto de evidencias y modalidades de interpelación subjetiva las condiciones históricas, técnicas y discursivas en las que se inscribe y en las que interviene con una eficacia propia.

Para ejemplificar el tipo de análisis propuesto, desarrollaremos el caso de Change.org, una plataforma en la cual la “participación ciudadana” asume la *forma ideológica del concurso*. Un concurso en el cual el sujeto es interpelado como una “persona común”, responsable de contar una historia, emprender, esforzarse y publicitar su petición hasta conseguir la cantidad suficiente de firmas para llamar la atención de un “tomador de decisiones” capaz de resolver el problema que origina su reclamo⁴¹.

En Change.org, la función de firmar las peticiones incentiva a los participantes a realizar las “mejores” para alcanzar la “victoria”. La participación implica un llamado a la creatividad, necesaria para destacarse y superar a los pares. La plataforma ofrece consejos para atraer a los firmantes y advierte al participante: “si eres capaz de contar una historia que enganche a la gente, tus posibilidades de éxito se multiplicarán”⁴². Una vez publicada la petición, el participante es responsable de difundirla mediante actualizaciones que mantengan atentos a los firmantes, e inclusive se le recomienda llegar a los medios de comunicación, que se interesarán por “el foco en las historias personales que hay detrás de la campaña. Historias sobre el amor, sobre una familia, una lucha épica o una pérdida atraerán la atención de los periodistas”⁴³.

El participante es interpelado a una instrumentalización de su historia mediante estrategias de escritura y difusión. La puesta en común de su historia, ante todo, es guiada por los parámetros que garantizarían el “éxito”, inclusive en los casos en que se narran situaciones personales dolorosas. La emocionalidad de las historias y de las personas es la manera de lograr la “victoria”. Change.org le recomienda al participante: “¡No escribas con enojo! Contó la historia personal que existe detrás del problema. Las peticiones que cuentan historias personales se viralizan mucho más rápido porque hacen más fácil la conexión emocional con los lectores”⁴⁴.

Los participantes deben procurar que sus peticiones tengan un plus que las haga sobresalir sobre el resto para obtener el apoyo de otros sujetos. Cada uno puede “ganar” su petición, más allá de lo que ocurra con las demás peticiones, pero aún así la participación asume una forma competitiva: participar consiste en que la propia petición se destaque para obtener la solución

⁴⁰ Stajov Žižek, *El sublime objeto de la ideología* (Ciudad de México: Siglo Veintiuno ediciones, 1992), 35-40.

⁴¹ El caso de Change.org se despliega a partir de Mariano Caputo, “¿Agoras virtuales?”, texto en el que analizamos una serie de plataformas de participación ciudadana: Avaaz.org, BA Elige, Somos Puentes, Change.org, entre otras. En todas ellas identificamos la forma ideológica del concurso. Con el fin de clarificar la exposición, en este trabajo nos centramos en Change.org, la plataforma de mayor masividad. Para un desmenuzamiento pormenorizado de las características de la forma concurso se recomienda leer el artículo citado.

⁴² Change.org, “Primeros pasos”, Cómo usar Change.org, consultado en noviembre de 2023, disponible en <http://www.comousarchange.org/primerospasos>.

⁴³ Change.org, “Llegar a los medios”, Cómo usar Change.org, consultado en noviembre de 2023, disponible en <http://www.comousarchange.org/medios>.

⁴⁴ Change.org, “5 consejos para viralizar tu campaña y conseguir la victoria”, Change.org, 7 de abril de 2017, consultado en mayo de 2023, disponible en www.change.org/faq/5-consejos-para-viralizar-tu-campana-y-conseguir-la-victoria.

deseada. Aquellas que no sean “exitosas” en la carrera por las firmas quedan rezagadas en el lugar que ocupan en la plataforma. Así, a mayor cantidad de apoyo recibido, más chances de que la petición se convierta en “victoria”. El factor determinante para el sujeto de la participación es el esfuerzo puesto en la petición: el participante resulta responsable de su propio “éxito”.

En Change.org, por lo tanto, se constituye una forma de participación que interpela al sujeto a competir y emprender mediante la narración de una historia y la creación de una campaña comunicacional para alcanzar la “victoria”. Es en este sentido que recuperamos la cita que da inicio al apartado, en la que Althusser señala que las “habilidades” se enseñan en la escuela mediante formas que aseguran el sometimiento a la ideología dominante o el dominio de su práctica. La forma que asume la “participación ciudadana” en Change.org se corresponde con la dominancia de discursos como el *marketing* y el *management*, con sus técnicas de evaluación e incentiación, y al mismo tiempo acentúa tendencias de la coyuntura, como la neutralización del conflicto mediante su individualización y la interpelación al sujeto como emprendedor y publicista⁴⁵.

El ejemplo de Change.org nos devuelve a una tesis que presentamos en la introducción. En la ideología, sostiene Althusser, no se “representan” las condiciones reales de existencia del sujeto sino su relación imaginaria con esas condiciones reales⁴⁶. Los procesos de plataformización intervienen en esta “representación”, en tanto las plataformas, mediante su forma ideológica, imponen evidencias acerca de ciertos objetos ideológicos. La “participación ciudadana”, por ejemplo. Change.org cristaliza en su funcionamiento y en su discursividad una “participación ciudadana” que aparece como un asunto individual, responsabilidad de una “persona común” que se “empodera” gracias a las nuevas tecnologías, Internet y su esfuerzo creativo para alcanzar la “victoria”. Aunque los participantes reclamen por situaciones semejantes, el funcionamiento de la plataforma, su *forma*, vela lo común que podría conducir a una conflictividad de otro tipo, que exceda el emprendedurismo y la responsabilización individualizantes. Así, se consolida la evidencia de una “participación ciudadana” que se realiza mediante historias personales arrojadas a la deriva de las firmas y la difusión en “redes sociales”.

La “participación ciudadana”, sin embargo, es un ejemplo limitado. Si hablamos de procesos de plataformización de la vida social, de su relevancia creciente en la coyuntura, debemos sugerir la tesis de un efecto de conjunto de estos procesos que se da al nivel de la relación imaginaria entre el sujeto y sus condiciones reales. La enumeración de plataformas realizada en los apartados anteriores implica una extensión de la plataformización a ámbitos de la vida cada vez más dispersos, lo que produce efectos en *la manera* con que los sujetos viven su relación con sus condiciones de existencia. A modo de ejemplo, las sugerencias algorítmicas de contenidos que pretenden contentar –e inclusive exacerbar– las peculiaridades de cada sujeto, como ocurre en Facebook e Instagram, sea con publicidades o con publicaciones noticiosas, tienden a constituir una relación imaginaria con el mundo que se caracteriza por la carencia de matices y la invisibilidad de todo aquello que pueda alejar al sujeto de la singularidad en la que se reconoce ideológicamente como sujeto.

Esta afirmación nos conduce hacia el problema de las modalidades de interpelación subjetiva en los procesos de plataformización. Según Althusser, la función principal de la ideología es constituir a los individuos en sujetos mediante un doble mecanismo de reconocimiento (de las

⁴⁵ Caputo, “¿Ágoras virtuales?”, 46-48.

⁴⁶ Althusser, *La revolución teórica de Marx*, 193-194.

evidencias de las prácticas cotidianas que garantizan al sujeto que es único) y desconocimiento (del funcionamiento de la ideología que constituye sujetos que son siempre ya sujetos)⁴⁷. Las plataformas, intentaremos demostrar, intervienen de manera creciente en los rituales de reconocimiento que garantizan al sujeto su propia singularidad.

Únicos, singulares, irremplazables: interpelaciones y rituales de reconocimiento ideológico en plataformas ¿sin Sujeto?

Althusser sostiene que toda ideología está centrada por la presencia de un Sujeto con mayúsculas –Dios, el Mercado, la Ciencia– que interpela y permite a los sujetos particulares reconocerse como tales. El Sujeto puede también desdoblarse y encarnarse en un sujeto-Sujeto que asegura el funcionamiento de la ideología. En Change.org, no hay qué ni quién ocupe el lugar del Sujeto: los participantes se espejan unos a otros en un infinito reflejo competitivo en el que nadie encarna al Sujeto.

Como argumentamos en otro artículo, el vínculo entre los sujetos de la participación interpelados a competir entre sí responde a la lógica de los “mundos atonales” a los que les falta la intervención de un Significante-Amo, un punto que reduce la multiplicidad a una diferencia mínima⁴⁸. Para Žižek, la atonalidad no se debe a la ausencia del Gran Otro lacaniano sino a la carencia de un “otro” que encarne al Otro, la autoridad⁴⁹. El participante requiere la aprobación y los votos de otras personas comunes que son “como uno”, con problemas semejantes y la misma oportunidad de publicar peticiones. El sujeto que obtiene la mayor cantidad de firmas, lo máximo a lo que puede aspirar es a transformarse en un caso ejemplar que aliente a los pares a ocupar el mismo lugar de privilegio y demostrar que la “victoria” es posible, que hay otros “como uno” que lograron que su petición se “convierta en realidad”.

Esta falta de encarnación del Sujeto se reitera en otras plataformas, como Tinder y BeReal. Si se demuestra una regularidad en la estructura de los mecanismos de interpelación subjetiva de plataformas disímiles como Change.org, Tinder y BeReal, nos creemos habilitados a sugerir que en la falta de encarnación del Sujeto, en la incógnita que emerge en su lugar, radica un aspecto decisivo del funcionamiento de las plataformas –o al menos de algunas de ellas– que explica en parte su eficacia ideológica en la coyuntura.

Este aspecto coincide con una característica distintiva de nuestra época: el intento, según Žižek, de “deshacerse de la instancia del Significante-Amo... hay que ‘deconstruir’, dispersar, ‘diseminar’ todo Significante-Amo con el que se pretenda imponer algo de orden”⁵⁰. Las plataformas, sin embargo, resultan ordenadoras de la subjetividad mediante sus formas y modalidades de interpelación, característica que se corresponde con aquella gran pretensión de la cibernética de construir certidumbre a partir de dispositivos de *feedback* que coordinan los flujos informacionales⁵¹. Los actos de los sujetos, codificados en *inputs* y *outputs*, contribuyen al

⁴⁷ Althusser, *Freud y Lacan*.

⁴⁸ Caputo, “La singularización de lo igual”, 4-5.

⁴⁹ Stajev Žižek, *En defensa de las causas perdidas* (Buenos Aires: Akal, 2015), 41-43.

⁵⁰ *Ibid.*, 36-37.

⁵¹ Tiqqun, *La hipótesis cibernética* (Buenos Aires: Hekht Libros, 2015).

control de sus propias interacciones en las plataformas. Como planteamos en el segundo apartado, sometimiento ideológico y codificación algorítmica son procesos simultáneos, inseparables.

Para demostrarlo, pasemos al análisis de las formas ideológicas de “plataformas de citas” como Tinder o Happn. En ellas, el sujeto crea un perfil conformado por fotos, un texto breve e información que surge de un formulario con respuestas preestablecidas –situación sentimental, actividades deportivas, gustos culinarios, preferencias vacacionales, entre otras categorías–. Las plataformas interpelan al sujeto a destacarse mediante su perfil, con fotos atractivas y una descripción interesante de su personalidad⁵², pero no imponen una “fórmula del éxito” con las características ideales de imágenes y textos, más allá de la exigencia de que la primera foto sea del cuerpo.

¿Cuáles son las características del mecanismo de interpelación ideológica de este tipo de plataformas? Debemos señalar, en primer lugar, que estas plataformas funcionan mediante una forma ideológica que comparte elementos con la forma-concurso de Change.org. Deslizar a la derecha o a la izquierda, tocar el botón “corazón” en lugar del botón “cruz”, son actos que implican una evaluación entre los sujetos que se traduce en la aceptación y el rechazo instantáneo –del perfil “voluntario”, “reflexivo”, de cada uno de esos sujetos; de la imagen que construyen acerca de sí mismos con las funciones que la plataforma ofrece–. Cosechar una gran cantidad de *likes* equivale a ser “exitoso”, “atractivo”, en la plataforma. Al contrario, quienes consiguen pocos *likes*, o una cantidad insuficiente para sus pretensiones, se sentirán interpelados –¿pero por quién?– a “mejorar” su perfil con el objetivo de obtener una mayor aprobación de los otros sujetos.

La necesidad de validarse en la mirada del otro es fundamental en la forma ideológica que se constituye en estas plataformas, aspecto que puede explicarse a partir de la no encarnación del Sujeto en la estructura de su interpelación ideológica. El componente central de esta forma radica en que el sujeto se *reconoce ideológicamente* por la mirada de los otros sujetos. La plataforma interpela al sujeto a mostrarse a otros que lo evaluarán mediante la aprobación o el rechazo –no hay alternativas intermedias–. Su garantía de ser quien muestra ser y reconocerse ideológicamente como un sujeto singular y atractivo –“yo soy esto que ves; y esto que ves merece tu *like*”– depende de los otros sujetos que se encuentran en “igualdad de condiciones”, cada uno con un perfil construido a partir de idénticas funciones. Estas plataformas interpelan así a los sujetos a “ser quienes quieran ser” y descargan en ellos mismos la responsabilidad de reconocerse mutuamente si el perfil que muestran cumple con ciertos parámetros de una “deseabilidad” que se cuantifica en *likes* y *matches*.

Hay un matiz adicional que debe ser señalado. El sujeto mira y es mirado, sufre y hace sufrir, se siente recompensado y recompensa a los otros, lo que duplica el mecanismo del reconocimiento-desconocimiento ideológico que distingue a esta modalidad de interpelación. El sujeto actúa, por un lado, como *sujeto singular a ser deseado* y, por el otro, como *sujeto evaluador que juzga la deseabilidad de los otros*. No es necesario que los sujetos sean conscientes de este mecanismo, que realizan con su mera actuación en la plataforma.

⁵² “Estás a punto de vivir la mejor experiencia de citas online. Solo necesitás unas buenas fotos y una bio matadora para destacarte”. Matchéa. Charlá. Encontrate. Tinder”, Tinder, consultado en noviembre de 2023, disponible en <https://tinder.com/es-AR/feature/swipe>. “Hemos agregado más características en tu perfil para que puedas describirte en pocas palabras. El tipo de relación que buscas, deporte, cocina, viajes, ¡dale a los otros happeners una idea de tu personalidad y de lo que buscas!”. “¿Que significa la información que aparece en los perfiles de los usuarios?”, Happn, consultado en noviembre de 2023, disponible en <https://www.happn.com/es/faq/articles/360003115877>.

Estas plataformas disponen así un funcionamiento que espeja y refleja entre sí a los sujetos particulares, incapaces de encarnar al Sujeto, que permanece como un interrogante, una luz que se difumina hasta volverse invisible en los contornos de la forma ideológica de la plataforma. La falta de encarnación del Sujeto “vuelve tanto más dominante al ‘Otro’ invisible, el mecanismo que regula la interacción de los ‘otros’”⁵³. Mecanismo que en las plataformas nos devuelve a la ambigüedad del sujeto planteada por Althusser⁵⁴: sujeto “libre”, en este caso, de construir un perfil y evaluar los de otros; y sujetado a rituales que expresan y realizan una ideología dominante que conforma una “deseabilidad” cuantificada mediante evaluaciones múltiples e instantáneas.

La no encarnación del Sujeto se reitera en BeReal, plataforma cuyo análisis contribuirá a profundizar en la relevancia de la interpelación ideológica en los procesos de plataformización. BeReal permite realizar una publicación diaria. En un horario aleatorio, envía una notificación a los sujetos, que cuentan con dos minutos para capturar una imagen doble con sus *smartphones*: en un recuadro pequeño, ubicado en la parte superior izquierda de la pantalla, se ve la foto tomada con la cámara frontal, la cámara *selfie*; el centro de la imagen lo ocupa la foto de la cámara principal. En caso de que el sujeto no capture la imagen doble en el momento impuesto por la plataforma, podrá realizar su publicación diaria, pero con una advertencia que indicará a los otros sujetos que la imagen fue tomada con demora, es decir, *que no fue lo suficientemente real*.

Los sujetos visualizan e interactúan en el *feed* con las publicaciones de sus contactos. Cada sujeto dispone, además, de una sección personal, llamada *Memories*: un calendario mensual conformado por los momentos reales de todos los días. El sujeto puede revivir así el instante en que capturó cada una de las imágenes. Una colección de momentos reales, interrumpida por espacios vacíos que indican los días en que el sujeto no sacó su foto diaria y permaneció en la oscuridad de la vida no plataformizada –al menos en BeReal–.

El funcionamiento de BeReal nos devuelve a la problemática de la interpelación ideológica, esta operación que, a decir de Althusser, “se puede representar con la más trivial y corriente interpelación policial (o no) ‘¡Eh, usted, oiga!’”⁵⁵. “¡Eh, usted, sea real!” es el llamado a la “autenticidad” que BeReal efectúa mediante su notificación diaria. “Una manera nueva y única de descubrir quiénes son realmente tus amigos en su vida cotidiana”⁵⁶, se presenta la plataforma en una apuesta que conduce a preguntarse por este énfasis en “lo real” que se atribuye a la captura de imágenes duplicadas en los momentos decididos por el algoritmo. Esta interrupción de la vida cotidiana que el sujeto es interpelado a efectuar, con el fin de mostrarla “tal cual es”, bajo la presión de una cuenta regresiva de ciento veinte segundos, implica una especie de repliegue sobre sí mismos de los procesos de plataformización. La “realidad” de BeReal se contrapone a la “artificialidad” de los filtros de Instagram y TikTok, a las imágenes que se ofrecen a la mirada de los otros después de innumerables tomas y una edición pormenorizada.

La forma ideológica de BeReal interpela a los sujetos a cumplir con un mandato de “autenticidad”, de “realidad”. Una realidad paradójica, puesto que para realizarse como tal requiere de su exhibición instantánea y plataformizada. La solución a la “artificialidad” de otras plataformas se encuentra en una nueva plataforma.

⁵³ Žižek, *En defensa de las causas perdidas*, 43.

⁵⁴ Althusser, *Freud y Lacan*, 78-79.

⁵⁵ *Ibid.*, 68.

⁵⁶ “Your Friends for Real”, BeReal, consultado en noviembre de 2023, disponible en <https://bere.al/en>.

Los sujetos se reconocen ideológicamente como auténticos mediante el cúmulo de imágenes dobles que comparten al mismo tiempo, cuando la plataforma los interpela. Estas imágenes conforman un entramado denso, una multiplicación del juego de miradas que páginas atrás definimos como distintivo de las modalidades de interpelación ideológica en Tinder y Happn. BeReal añade a este panorama la inclusión visual del sujeto en el momento en que captura aquello que es fotografiado. Lo mirado importa tanto como quien mira y el modo en que mira: una explicitación de que “el mundo” se nos inunda de subjetividad, una subjetividad cuyos rituales de reconocimiento ideológico empiezan a volverse inseparables de las modalidades que los procesos de plataformización ofrecen para su realización.

BeReal, en este sentido, confirma lo que señalábamos páginas atrás: codificación algorítmica y sometimiento ideológico resultan indiscernibles en su funcionamiento. El algoritmo envía su notificación diaria, que interpela a los sujetos a actuar y publicar su *momento real*, acto a partir del que se reconocen tan auténticos como cada uno de los otros sujetos, por el reflejo que se produce entre los *momentos reales* visualizados en la plataforma.

¿A qué se debe esta respuesta del sujeto a una notificación que, a fin de cuentas, le impone una exigencia –tomarse una foto “real” en tan solo ciento veinte segundos–? ¿Por qué se desea esta interrupción? La forma ideológica de BeReal pareciera responder a un hastío de la “artificialidad visual” de nuestro tiempo, a un cansancio de las facilidades disponibles para transformar la imagen del propio cuerpo en plataformas. BeReal interpela a los sujetos a capturar la vida cotidiana tal como se les presenta, en una multiplicación de las miradas que procura anular la distancia con “lo real”. Los sujetos parecen sedientos de esa “realidad”: de certificarla en su propia vida y de observarla en las de los otros sujetos.

El análisis de Change.org, Tinder y BeReal demuestra hasta qué punto estas plataformas intervienen en los rituales de reconocimiento ideológico de los sujetos. En Change.org, el participante interpelado como persona común es llamado a alcanzar la “victoria” mediante la publicación de historias personales que realcen la singularidad de las situaciones sufridas. En Tinder, los sujetos son interpelados a destacarse con perfiles que obtengan *likes* y les permitan reconocerse como deseables. En BeReal, la vida cotidiana requiere de un corte para que los sujetos exhiban a los otros sujetos la peculiaridad del “instante real” que viven cuando la plataforma realiza su interpelación. Somos siempre ya sujetos, escribe Althusser, que “practicamos sin interrupción los rituales del reconocimiento ideológico que nos garantizan que somos realmente sujetos concretos, individuales, inconfundibles y (naturalmente) irremplazables”⁵⁷. En este apartado hemos querido demostrar cómo en los procesos de plataformización se conforman, mediante formas y modalidades de interpelación caracterizadas por la no encarnación del Sujeto, rituales novedosos de reconocimiento ideológico que intervienen en la constitución de esta garantía que todo sujeto necesita acerca de su individualidad.

⁵⁷ Althusser, Freud y Lacan, 67.

Para una crítica teórica de los procesos de plataformización de la vida social

En este trabajo nos propusimos precisar la dimensión ideológica y subjetiva de los procesos de plataformización de la vida social, en una apuesta por integrar la perspectiva althusseriana a las discusiones teóricas acerca de la tríada conformada por datos, algoritmos y plataformas. Para ello, en primer lugar, situamos la problemática de la interpelación ideológica en relación con la gubernamentalidad algorítmica y el perfilado, con el objetivo de distinguir, desde un punto de vista teórico, las dimensiones simultáneas que afectan a los sujetos en las plataformas. Encontramos que el perfil es la bisagra, el punto de intersección, entre la gubernamentalidad algorítmica que opera en la relación entre datos y algoritmos, y la dimensión ideológica, que interviene en la relación entre algoritmos y plataformas.

Luego fue el momento de construir la articulación entre la teoría althusseriana y el estudio de la plataformización. Sostuvimos que las plataformas no pueden ser consideradas un AIE, por la especialización que implica el concepto, y también que la plataformización reúne características de los AIE dominantes de los modos de producción servil –la Iglesia– y capitalista –la Escuela, al menos en la década de los setentas del siglo XX–, lo que indica una cierta jerarquía de los procesos de plataformización. Sugerimos la tesis de la plataformización como una de las expresiones tendenciales y contradictorias de la ideología dominante, en tanto barniz que se adhiere a superficies disímiles –las regiones ideológicas que vivimos como distintas y especializadas en la vida social–.

Para finalizar, argumentamos la necesidad de abordar las formas ideológicas que asumen las plataformas y sus correspondientes modalidades de interpelación subjetiva. La característica que distingue la estructura de interpelación ideológica de plataformas como Change.org, Tinder y BeReal es la ausencia del Sujeto con mayúscula: no hay qué ni quién ocupe ese lugar, lo que hace emerger la centralidad de la instancia del reconocimiento ideológico entre los sujetos particulares en el funcionamiento de las plataformas. En los procesos de plataformización se conforman rituales novedosos de reconocimiento ideológico que intervienen de manera creciente en la garantía que todo sujeto necesita acerca de su singularidad. El análisis de la interpelación ideológica en plataformas, de esta manera, consolida la tesis presentada en el segundo apartado acerca de las plataformas como la instancia material en que se realizaría la interpelación de los sujetos por parte de los perfiles que la gubernamentalidad algorítmica fija de manera provisoria.

El artículo de Poell, Nieborg y van Dijck afirma, en sus conclusiones, que el desafío para el estudio de la plataformización es lograr que las plataformas se integren a la sociedad sin socavar las tradiciones de la ciudadanía⁵⁸. Pero las plataformas ya vienen integradas a la sociedad: son una expresión de sus formas dominantes. En este punto, se torna necesario volver a Caletti, quien considera a la tecnología como una condensación de las relaciones sociales dominantes. Los “éxitos” de la tecnología, desde su perspectiva, se asientan en la capacidad para “materializar” –y por cierto extender, a favor de ciertos agentes y estrategias– tendencias sin embargo definidas en el seno de la propia vida social, en la práctica de sus luchas e, incluso, de sus configuraciones imaginarias⁵⁹.

⁵⁸ Poell, Nieborg y van Dijck, “Platformisation”, 9.
⁵⁹ Sergio Caletti, *Comunicación, política y espacio público. Notas para repensar la democracia contemporánea* (manuscrito inédito), 60.

En este trabajo nos hemos propuesto contribuir al estudio de la plataformización en tanto proceso dominante de nuestra época. Intentamos precisar en qué sentido la plataformización contribuye a consolidar ciertas tendencias que sin duda la exceden –la individualización exacerbada, la disolución de la instancia del Significante-Amo y la extensión de modalidades competitivas y evaluativas de relación entre los sujetos–, pero que reafirman y acentúan mediante sus formas y modalidades de interpelación. El abordaje de la dimensión ideológica de la plataformización, en este sentido, resulta imprescindible para una crítica teórica de estos procesos.

Las plataformas no asumen el lugar de Dios. No le dan un nombre al sujeto ni le indican su función en el mundo. Se limitan a sugerirle lo que debe hacer en él, sin necesidad de hablar demasiado, y permiten que los sujetos confirmen entre sí que son quienes muestran ser. Que eso que muestran *está bien*. En una palabra, que se insertan de manera apropiada en los rituales de reconocimiento ideológico que las plataformas, cristalizaciones de un conjunto complejo y contradictorio de condiciones históricas, técnicas y discursivas, imponen.

Referencias bibliográficas

- Althusser, Louis. *La revolución teórica de Marx*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores, 1967.
- _____. *Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1970.
- Caletti, Sergio. *Comunicación, política y espacio público. Notas para repensar la democracia contemporánea*. Manuscrito inédito.
- Caputo, Mariano. “¿Ágoras virtuales? Neoliberalismo y democracia consensual en plataformas digitales de participación”. *Revista Sociedad* 40 (2020): 35-49.
- _____. “La tecnología entre los representantes y los representados. Arqueología de una serie de plataformas digitales de participación”. *Argumentos. Revista de crítica social* 22 (2020): 82-112.
- _____. “La singularización de lo igual. Las interpelaciones al vecino y a la persona común en plataformas digitales de participación”. *Avatares de la comunicación y la cultura* 21 (2021): 226-243
- _____. “¿La nueva era de los chatbots? Apuntes acerca de las determinaciones ideológicas y discursivas del caso ‘Boti’ en la Ciudad de Buenos Aires”. *Cuadernos de H Ideas* 17 (2023): s/p.
- Costa, Flavia. *Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida*. Buenos Aires: Taurus, 2021.
- Deleuze, Gilles. “Posdata sobre las sociedades de control”. En *El lenguaje libertario. Antología del pensamiento anarquista contemporáneo*, Christian Ferrer compilador. La Plata: Terramar, 1999.
- Foucault, Michel. *La arqueología del saber*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores, 2015.
- Pêcheux, Michel. *Las verdades evidentes. Lingüística, semántica, filosofía*. Buenos Aires: Ediciones CCC, 2016.
- Poell, Thomas, David Nieborg y José van Dijck. “Platformisation”. *Internet Policy Review* 8, no. 4 (2019).
- Rodríguez, Pablo Manolo. *Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas*. Buenos Aires: Cactus, 2019.
- Rodríguez, Pablo Manolo y Fernanda Bruno. “The Dividual: Digital Practices and Biotechnologies”. *Theory, culture & Society* 39 (2021): 27-50.
- Rouvroy, Antoinette y Thomas Berns. “Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación. ¿La disparidad como condición de individuación a través de la relación?”. *Adenda Filosófica* 1 (2016): 88-116.
- Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2013.
- Srnicek, Nick. *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.
- Tiqqun. *La hipótesis cibernética*. Buenos Aires: Hekht Libros, 2015.

Žižek, Slavoj. *El sublime objeto de la ideología*. Ciudad de México: Siglo Veintiuno editores, 1992.

_____. *En defensa de las causas perdidas*. Buenos Aires: Akal, 2015.

Sobre el autor

Mariano Caputo. Candidato a doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (Buenos Aires, Argentina). Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, integra la cátedra Romé de “La investigación en comunicación”. Integrante de los proyectos UBACYT “Ideología y subjetivaciones políticas. Tendencias neoliberales en una coyuntura sobredeterminada. Argentina 1976-2019” y “Big Data, algoritmos y plataformas: las nuevas formas de gubernamentalidad a la luz de la teoría de lo transindividual de G. Simondon”. Correo electrónico: marianojcaputo@gmail.com.