Ética empresarial y formas de cuidado en la época de YouTube

Lorenzo Rustighi Doctor en Filosofía por la Università degli Studi di Padova (UNIPD). Investigador Pos-doctoral de CONICET-UBA.

Introducción

Cuando hablamos de neoliberalismo desde el punto de vista de los dispositivos de gubernamentalidad, en tanto racionalidades de gobierno, gestión o *management*, somos llamados a tener en cuenta una serie de procesos de gobierno de sí, de producción de subjetividad y de invención creativa que habitan de más en más la relación social y, sobre todo, la relación disciplinada por las técnicas de acumulación y movilización de capital.

Se trata sin dudas de uno de los temas centrales de la reflexión filosófico-política de las últimas décadas, que retoma en particular los análisis de la genealogía del sujeto desarrollados por Foucault – no

solo el Foucault del *Nacimiento de la biopolítica* o de *Seguridad, territorio y población*, sino también el último Foucault, porasí decirlo, cuya investigación se focaliza sobre el cuidado de sí y el gobierno de sí en tanto experiencias de subjetivación y formas de decir la verdad sustraídas a los dispositivos confesionales y normativos de las disciplinas modernas. El problema sería, entonces, una capacidad de interrogar de manera más directa a los sujetos que actúan en el campo neoliberal, a través de una mirada que entienda sus modos efectivos de constitución no solo como formas de sujeción o de normalización sino también como posibilidades reales de resistencia, organización o reapropiación. Es en este marco de investigación que nos cruzamos hoy con las formas de saber y de subjetivación que concretan a una estructura que se encuentra frecuentemente definida como «empresarial».

Por un lado, efectivamente, la forma empresa parece haberse convertido en algo muy distinto de lo que ha sido a lo largo del siglo XX, cuando tenía como objetivo estabilizar formas de mando y de gestión frente a la libertad (aparentemente) desreglamentada del mercado y de la competencia: en otros términos, la empresa ya no puede ser descrita como un dispositivo de control insular en el mar de las relaciones comerciales, cuya expansión requiere en el pensamiento liberal «clásico» un achicamiento del gobierno estatal.A finales de los años ’70, la empresa se volvió una verdadera forma política, una estructura institucional que tiende a hacerse al mismo tiempo global y natural, donde el poder del Estado no tendría que retirarse en un lugar marginal sino al revés incorporar a su vez una lógica empresarial. El gobierno político tiende entonces a configurarse como gobierno económico, y más precisamente como gobierno de empresa.

Por otro lado, una de las cosas centrales que han sido planteadas es la transformación del sujeto liberal, en particular el sujeto del trabajo, en lo que se llama «capital humano», es decir una empresa viviente y singular que tiene que gestionar sus energías y capacidades parapoder gobernar una serie de estrategias o elecciones subjetivas. Luc Boltanski y ÈveChiappello entre otros, en un libro de 1999, han mostrado que ese proceso de transformación del sujeto-trabajador tiene que ver en primer lugar con la respuesta que el capital ha intentado dar al éxito político y social de las luchas obreras de los años ’60 y ’70, en la medida en la cual los trabajadores habían progresivamente buscado y logrado niveles cada vez más extensos de autonomía, de autogestión, de fluidez, de movilidad profesional.

En efecto, precisamente en la década en la cual Michel Foucault produce sus genealogías de los procesos gubernamentales y pastorales,el capital empieza a reaccionar a una crisis profunda e irrevocable del sistema fordistade producción y de disciplina del trabajo, y lo haceesencialmente trabajando con nuevas tecnologías y nuevos saberes sobre ese mismo quiebre producido por las prácticas obreras que pedían mayor flexibilidad y espacios de libertad. Se ha tratado entonces, para simplificar, de aceptar la puesta de esa demanda de libertad para jugarla de otra manera en el territorio de la precarización radical: darle al trabajo la libertad por la que luchaba y convertir su potencia de autonomía en el lugar privilegiado de una nueva forma paradójica de producción, máximamente socializada y máximamente individualizada a la vez.

El proyecto de extensión de la forma empresarial a la sociedad misma y a la vida en tanto tal fue sin dudas una de las estrategias más eficaces.Por eso podemos hablar de neo-liberalismo como algo que no se limita a recuperar al mecanismo liberal clásico, por el cual había sido necesariacierta separación por lo menos administrativa entre Estado y sociedad civil, entre lo político y lo privado/económico, sino que transforma la gestión económica y sobre todo empresarial en la única forma posible de experiencia política e incluso de proceso vital. Por un lado hubo entonces un fenómeno gradual de desreglamentación y de destrucción de derechos sociales que conocemos muy bien; por otro, hubo una suerte de liberación radical del trabajo que no es comparable a la libertad de la que hablaba Marx cuando analizaba la erosión de las instituciones corporativas de Antiguo Régimen y la producción del libre vendedor de fuerza laboral, sino que se configura en los términos de una empresa individual que detiene su propio trabajo como radicalmente inseparable de sí y se hace cargo directamente de las consecuencias que esto involucra. Como lo explica Antonio Negri, en las formas de producción que caracterizan el capitalismo pos-fordista, se asiste a una incorporación o apropiación progresiva de capital fijo en los sujetos mismos, en la vida misma, en la medida en la cual el trabajo vivo enraizado en la cooperación social se convierte directamente en ese capital, o sea en la dimensión porasí decirlo «maquinal» o «maquínica» de las formas de saber, de las aptitudes lingüísticas, morales y cognitivas y de los procesos informacionales necesarios a la producción. El trabajo vivo se vuelve social porque su potencia productiva (y reproductiva) consiste en las energías mismas de las redes y de los intercambios que constituyen la vida no solo material sino también simbólica de los sujetos, sus obras vivientes. Por ejemplo, toda

la esfera del cuidado, de la gestión doméstica y familiar o de las funciones cooperativas privadas, alrededor de la cual siguen constituyéndose tanto las luchas feministas cuanto las nuevas tecnologías de extracción de valor social que producen alianzas específicas con las tradicionales jerarquías políticas, económicas,patriarcales, etc. En este marco, se vuelven extremadamente relevantes los nuevos campos de investigación que se están abriendo en los últimos años a propósito de los procesos de resemantización y reapropiación del derecho privado, tanto como instrumento de producción de nuevas formas de mando sobre el trabajo como en cualidad de resistencia y construcción de lo común.

En este sentido se puede hablar hoy de bio-poder y en primer lugar de bio-economía. Ahora, en términos que me parecen rigurosamente foucaultianos, según Negri y en general según la tradición post-obrerista, la progresiva apropiación de capital fijo por los sujetos conlleva una mayor capacitad de explotación y de verticalización jerárquica por parte del capital pero también una mayor capacidad de auto-organización y de sustracción por parte del trabajo. En efecto, como lo muestra muy bien Yan Boutang – pero también el Foucault de *La sociedad punitiva* y de *Teorías e instituciones penales* –la relación del capital con la libertad del trabajo siempre ha sido extremamente ambigua, porque siempre se trató de producirla y de subyugarla al mismo tiempo, de liberar al trabajador pero también de llevarlo a la fábrica interviniendo sobre su docilidad. Lo que Foucault llama disciplinas, me parece, se sitúa precisamente en este marco: producción del individuo pero también domesticación de las potencias específicas de su existencia individual. ¿Qué les pasa a las disciplinas en el neo-liberalismo, es decir en las nuevas formas de libertad que el capital necesita para funcionar? Por cierto, hay que comprender cómo se articulan libertad y docilidad del trabajo en un momento en que esas dos dimensiones parecen convertirse en una misma cosa, volverse indiscernibles. En este sentido un sujeto de tipo radicalmente empresarial, llamado a desarrollar formas cada vez más complejas y versátiles de autonomía, de disciplina o gobierno de sí, de adaptación, de creatividad, es sin dudas un sujeto profundamente ambivalente.

En otras palabras, es al mismo tiempo el sujeto ideal de la extracción de valor en las coordenadas actuales del capital financiero, pero también es un sujeto siempre estructuralmente refractario a las lógicas de la valorización, un sujeto no productivo. No solo porque es un sujeto que detiene y organiza sus propios medios sociales de trabajo y tiene por lo tanto una potencia productiva no fácilmente negociable, sino

también porque puede llegar en ciertos casos a ser un sujeto estructuralmente deprimido, impotente, inactivo. Por eso se trata de una subjetividad que el capital tiene que intentar reincorporar continuamente en el movimiento de producción, singularizándola, autonomizándola y precarizándola a la vez. El capital hoy – y esto ya lo había visto Foucault cuando hablaba del sentido que tiene la libertad en el liberalismo – necesita y por lo tanto encoraja más que nunca la potencia creativa e inventiva del trabajo y del trabajador, pero al mismo tiempo tiene que disciplinarla y fragmentarla para que no se escape al proceso mismo de valorización, no solo a través de formas de rechazo del trabajo sino también de inercia, de incapacidad creativa.

Después de todo, como lo subraya Lazzarato, la crisis económica de 2008 y las políticas de austeridad que han seguido parecerían haber borrado el ideal empresarial de los años ’80 y ’90, fundando en la creatividad y en la inversión personal, para sustituirlo por un modelo de «hombre endeudado» en una sociedad de la deuda permanente donde la tensión entre propietarios y no propietarios se hace muy violenta. Es exactamente este hombre endeudado e inactivo, producido por el capitalismo financiero y por la crisis estructural que lo caracteriza, el que el capital tiene, a la vez, que movilizar y reinsertar en el circuito productivo. Eso vale en Europa pero vale también en Argentina y en Latinoamérica en este momento, donde el discurso del ajuste y de la deuda es uno de los registros dominantes. Se trata entonces de comprender qué tipologías de subjetividades empresariales se desarrollan en este contexto.

En esta contribución me interesa desarrollar unos elementos al interior de este marco interpretativo, a través de un análisis muy general del fenómeno de los YouTubers, que, lejos de pretender ser una descripción exhaustiva, se erige como una propuesta de lectura.

La lógica de la logística

Comprender el fenómeno cultural, social y económico de los YouTubers, que se ha difundido de manera exponencial en todo el mundo en los últimos 5-10 años, no es una operación que se pueda dar por descontada cuando hacemos filosofía política. En primer lugar, me parece que no se pueden dar por descontadas las preguntas que tendríamos que hacer, porque antes que nada tendríamos que saber si hay preguntas específicamente filosóficas que puedan ser hechas. Además, ¿hay una apuesta política

en el fenómeno YouTuber? En el caso de que la haya, ¿de qué se trata?
Si partimos de las categorías y de los problemas que acabamos de mencionar de manera muy general, una primera pregunta podría ser: ¿los YouTubers nos pueden decir algo sobre las subjetividades que emergen, para decirlo así, en la ontología política neo-liberal, en particular después de la(s) crisis de los últimos años? Otra pregunta puede ser: ¿estas subjetividades que tal vez se puedan observar de manera particularmente paradigmática entre los YouTubers, nos ayudan a entender el destino de las disciplinas del trabajo en un contexto que parecería dominado por la forma empresa tanto a nivel administrativo – local y global – como a nivel subjetivo/individual?

Empezaría entonces por proponer una hipótesis de lectura que puede parecer extrínseca al fenómeno que tengo que examinar acá. La hipótesis que me interesa es la posibilidad de entender a las dinámicas propias de la actividad del YouTuber, que es sin dudas una especie muy particular e inédita de actividad empresarial, a través del funcionamiento de las estructuras más avanzadas, para decirlo así, del sector de la logística. Me refiero por supuesto a la logística en general, es decir, a las complejas redes de depósito, transporte y distribución de productos (en una gran variedad de sectores productivos) que constituyen en cierto sentido uno de los corazones más importantes del desarrollo capitalista, por lo menos en los últimos 30 años. Se trata en efecto de un sector de experimentación particularmente fructífera de técnicas de gobierno y optimización del trabajo, donde se implementan formas de mando, de precarización y de explotación extremamente refinadas, fundadas en un sistema capilar de subcontratos y de cumplimientos «just in time» típicos del post-fordismo.

Pero me refiero en particular a modelos logísticos más precisos, que empezamos a conocer de a poco, sobre todo gracias a algunas luchas que han sido llevadas adelante en los últimos tiempos. Empresas como Uber, Foodora, Deliveroo, pero también Amazon o Airbnb en ciertos aspectos, funcionan gracias a relaciones de trabajo extremamente fluidas, en cierto sentido perfectamente aislables y separables, porque siempre son contingentes y casi instantáneas.

El trabajador es llamado a prestar un servicio integralmente individual, separado, que constituye una suerte de micro-contrato que no implica ninguna continuidad o renovación, sino que tiene que ser reproducido en su singularidad cada vez que un servicio específico se encuentra asignado a un trabajador específico. Se trata, por lo tanto, de una disolución sin antecedentes del trabajo asalariado clásico, que se resuelve

en una serie infinita de casos representados técnicamente pero también jurídicamente como independientes. Estamos frente a una casuística donde la independencia del trabajo se hace en cierta manera definitiva, total. Eso quiere decir que ya no se puede hablar de trabajo en términos estrictos sino de prestaciones laborales repetibles, no garantizadas por una forma contractual. Frente a las recientes movilizaciones en Londres, el *Financial Times* ha subrayado las contradicciones y los peligros que se esconden en este tipo de relación laboral, que ya no es algo excepcional sino manifiesta una tendencia de más en más evidente a subsumir el campo del trabajo en su globalidad. Según el diario inglés, se trata de comprender qué pasa en el mercado del trabajo y en las vidas de los trabajadores – respecto a sus derechos por ejemplo – «When your boss is an algorithm», cuando tu jefe es un algoritmo.

Detrás de situaciones aparentes de autonomía, libertad y autogestión, se encuentran en realidad formas de precariedad y de explotación que parecerían reproducir paradójicamente las condiciones de las primeras fases del capitalismo industrial, cuando no había contratos ni garantías sino que los obreros eran trabajadores intermitentes y pagados por cada trabajo. El concepto mismo de trabajo como lo hemos conocido en los últimos dos siglos y que fue construido no solo por el capital y por el Estado sino también por las instituciones y las luchas de los obreros, ya no tiene sentido acá. Y por consiguiente, las formas tradicionales de organización, de protección y de reivindicación de los trabajadores, como la representación sindical o el paro, ya no funcionan o no funcionan como antes. En primer lugar, los trabajadores en general no tienen una relación directa entre ellos, son sujetos aislados al interior de vínculos laborales mediados por canales digitales y algoritmos; eso quiere decir que tienen que inventar estrategias de comunicación y de auto-organización inéditas si quieren reconocerse y ser reconocidos como sujeto trabajador unitario, capaz de producir sus propias agendas y, en fin, de constituir contra-poderes que puedan modificar las agendas del capital. La logística del tercer milenio, en efecto, trabaja precisamente sobre dinámicas muy sutiles de individualización que permiten una mayor eficiencia del servicio y una menor capacidad de resistencia del lado del trabajo. A esta altura, el antiguo sueño obrero de un trabajo móvil, libre y personalizado encuentra su máxima expresión dentro de nuevas prácticas de acumulación capitalista.

Ahora, ¿qué tiene que ver la logística contemporánea con lo que hacen hoy en día los YouTubers? ¿Qué tipo de aptitud al trabajo y de sujetos trabajadores tienen en

común estas dos esferas? Por un lado, tenemos una forma de trabajo que, si bien no es directamente productiva, parecería de todos modos totalmente material; por otro lado hay una actividad que es en cierto sentido el ejemplo más claro de lo que ha sido definido «trabajo inmaterial» y que en realidad ni siquiera parecería un trabajo.

En este contexto, quisiera desarrollar precisamente estas dos fronteras aparentemente obvias, la primera entre materialidad e inmaterialidad, la segunda entre trabajo y no trabajo. Partamos de acá, de la diferencia entre lo que entendemos muy pacíficamente como trabajo y lo que por el contrario no estamos tan dispuestos a reconocer a través de las categorías tradicionales del mismo. En efecto, acabamos de ver que en la logística de los últimos años se observan fenómenos laborales que rompen o por lo menos complican mucho el marco clásico del mercado del trabajo, según una tendencia propia de la crisis general de la forma-contrato. No es una casualidad que todas estas actividades hayan sido definidas «Gig economy», o sea «economía del laburito», una definición que me parece muy elocuente en la medida en que disminuye la dignidad económico-social del trabajo y al mismo tiempo descalifica o desclasa la fuerza laboral puesta en valor. En este sentido, podríamos decir que los trabajadores de la nueva logística, por ejemplo un repartidor de Foodora, no son muy distintos de algunos casos ejemplares de YouTubers. Antes que nada, las dos actividades comparten una condición fundamental, o sea la imposibilidad no solo económica y social sino también técnico-jurídica de hablar de trabajo propiamente dicho: y no obstante, las dos categorías de sujetos trabajan, ofrecen una prestación que requiere un uso muy preciso del tiempo y del cuerpo. Después de todo, hay YouTubers que ganan dinero gracias a sus actividades, y a veces pueden ganar mucho más que un trabajador de Deliveroo o de Uber. Por supuesto, la mayoría de los YouTubers que tienen una cantidad suficiente de seguidores pueden ganar a través de la publicidad, tanto con la propaganda insertada por YouTube en sus videos/canales, que está retribuida en base a la cantidad de visualizaciones, como con las propagandas más o menos explícitas que ellos mismos pueden hacer, por ejemplo las reseñas de productos de distinta naturaleza (tecnología, ropas, accesorios, perfumes, *make-up*, juegos, etc.). Pero también, se encuentran YouTubers que se volvieron famosos gracias a videos musicales, cortos, *web-series* u otros tipos de entretenimiento, capaces de competir con los medios tradicionales como la televisión, y se trata evidentemente de un territorio todavía «virgen» para la industria del espectáculo, un territorio rico de posibilidades aún inexploradas de creación pero también de valorización: no debe

sorprender entonces que el *show business*(DreamWorks, Disney, Sony, Mtv, etc.) haya empezado a trabajar de más en más en YouTube y con los YouTubers, cuya creatividad y capacidad comunicativa pueden ser captadas y formalizadas a través de fórmulas para-contractuales innovadoras, frente a las cuales la jurisprudencia todavía no ha desarrollado instrumentos exhaustivos de análisis y de regulación. En otras palabras, las dos tipologías de trabajadores que estamos analizando hacen algo que no puede ser contractualizado como lo fueron las viejas formas de trabajo, en la medida en que en principio cada prestación es autónoma y singular, es decir que su reproducción no depende simplemente de un contrato sino de una serie de factores variables que tienen que ver con el éxito global – y más o menos real – del servicio.

A partir de esta constatación podemos pasar al análisis de la otra frontera que mencionamos, es decir la relación entre materialidad e inmaterialidad. Por trabajo inmaterial se entienden todas las formas de trabajo que están fundadas en una valorización de lenguajes, informaciones, conocimientos, redes de comunicación. Pero desde un cierto punto de vista, se puede decir que el trabajo contemporáneo siempre es inmaterial en su raíz, que no puede ser separado del elemento informacional y cognitivo. Por eso se ha insistido sobre la lectura del famoso «fragmento sobre las máquinas» en los *Grundrisse* de Marx, donde se plantea la posibilidad que el *General Intellect* involucrado en el capital fijo sea apropiado por los trabajadores y constituya entonces de hecho el límite de la relación capitalista. Las metamorfosis del capital en las últimas dos décadas parecerían funcionar exactamente a esta altura, como lo vio bien Naomi Klein en 2001. La información acá sería en cierto sentido lo que el cuerpo y la vida fueron para los dispositivos disciplinares y para los dispositivos de seguridad entre el siglo XVIII y el siglo XIX. Pasamos entonces de una bio-política o somato-política a una suerte de cyber-política que requiere sin dudas nuevas formas de disciplina y también de seguridad. La logística hoy – todo el sector logístico – no puede ser entendida, si no se comprende el rol central de este elemento informacional e inmaterial.

Por consiguiente, lo que me interesa en particular es subrayar una serie de mecanismos que las formas más avanzadas de la logística comparten no solo con YouTube, sino en general con los *social networks* y con los medios de circulación y uso de las informaciones propias de las redes informatizadas. Porque es en este nivel, me parece, que se manifiestan las nuevas tecnologías disciplinares que estamos

buscando. El trabajo logístico de la «Gig economy», desde Uber hasta Airbnb, es en efecto, completamente gestionado por plataformas digitales. El trabajador no tiene un verdadero jefe, como dice el *Financial Times*, su trabajo es a la vez completamente personal y completamente impersonal. Acá la lógica empresarial es fundamental, porque en principio el trabajador decide qué tipo de trabajo aceptar, cuándo aceptarlo, dónde y en qué cantidad o modalidad. El problema, como ha sido señalado, es que, de hecho, se puede hablar de empresa solo desde el punto de vista de los riesgos y de la inversión personal, que están casi totalmente descargados sobre los trabajadores mientras que los beneficios de esa inversión – las plus-valías – son disfrutados por quien posee los medios de desarrollo y organización del trabajo. Por eso se habla de una diferencia cada vez mayor entre propietarios y no propietarios, se asiste a fenómenos de proletarización inéditos. Y por eso el trabajador tiene que actuar y vivir como una empresa viviente, constantemente reinventada, relanzada y reinsertada en una serie indefinida de demandas a las cuales debe responder.

Lo destacable para nosotros es que lo que permite esa desincorporación radical entre la fuerza laboral – lo que hoy en día se suele llamar capital humano – y los medios de su gestión, es exactamente uno de los aspectos centrales del funcionamiento de las redes sociales digitales. Se trata en efecto de un sistema de evaluación del trabajo fundado en el concepto del *feedback* (que todos conocemos y utilizamos en YouTube, Facebook, Instagram, etc.), que permite una extensión potencialmente infinita de la base de los evaluadores, incorporando a los destinatarios de los servicios – la demanda – en el circuito mismo de la reproducción del trabajo.

De esta manera, la plataforma implementa una forma de jerarquización del trabajo aparentemente neutral, objetiva, casi espontánea y natural, que depende antes que nada de la satisfacción de los clientes como una suerte de mano invisible capaz de coordinar demandas y servicios. En cierto modo, se trata de la ilusión de una democracia digital directa, de una voluntad popular radical, donde cada usuario o consumidor exprime su propia preferencia y forma parte de un algoritmo general, compartido entre todos. Pero en primer lugar es una reproducción del paradigma gubernamental que se impuso en las últimas décadas, a todos los niveles, donde la idea central consiste en envolver lo más posible a los usuarios de servicios, tanto privados como públicos, en el proceso decisional, creando una elipsis de gobierno que funciona gracias a los *feedbacks* así como a las resistencias de los gobernados. Acá se ve muy bien la extensión del modelo

de la empresa a la sociedad misma y a su gobierno. En principio, no habría diferencias sustanciales entre una sociedad comercial y la sociedad civil, junto con la estructuras de su *management* (el Estado): en este sentido todos los sujetos serían *stakeholders*, accionistas de un mismo proyecto y de una misma empresa.

Lo que sucede una vez que aplicamos ese paradigma al mercado del trabajo, se vincula con la realización sistemática de un modelo a la vez de desresponsabilización de los propietarios y de auto-explotación del trabajador, en la medida en que este es responsable del éxito de la empresa de la cual forma parte en tanto que se representa como un pequeño empresario, como el dueño de sí (en un sentido al mismo tiempo económico y moral).

A este propósito ha sido subrayado que estos nuevos sectores se basan en una implementación puramente ilusoria e ideológica del concepto de «share economy». La narración que los sostiene requiere en efecto que se compartan desde abajo los útiles y los riesgos. Sin embargo no es lo que pasa en la realidad, donde la jerarquía del mando es sumamente invisible pero máximamente estricta. Acá el trabajador, en efecto, as asumido más bien como un *prosumer*, a la vez consumidor y proveedor, que reproduce una circulación infinita del servicio que ofrece y por lo tanto se ve forzado a elaborar individualmente una serie de estrategias creativas para mejorarlo, es decir en definitiva para recibir los mejores *feedbacks* posibles. Eso implica precariedad extrema, porque un trabajador que no tenga un número suficiente de reseñas positivas, como un YouTuber que no tiene muchos seguidores, tendrá menos contratos y recibirá una paga menor. La auto-explotación entonces es inseparable de una competencia sin antecedentes entre los trabajadores. Por lo tanto, el nuevo hombre-empresa ya no es el *homo oeconomicus* neo-liberal de que habla Foucault en *Nacimiento de la biopolítica.* Me parece que ya es otra cosa que tendríamos que nominar de distinta manera.

Si partimos de estas coordenadas, por lo tanto, creo que son bastante claras las afinidades entre el nuevo trabajo logístico y el trabajo de un YouTuber. Se podría decir que hay un mecanismo de intercambio o de espejo constante entre el campo de la empresa y el campo de las redes digitales. Por un lado, en los fenómenos como Uber, Airbnb o Foodora, estamos frente a una digitalización esencial de la empresa, porque se trata de sistemas que nacen como plataformas de datos informatizados; por otro lado, con los YouTubers, los bloggers o los Instagrammers por ejemplo, asistimos a una empresificación cada vez más evidente de las redes digitales y de los *social networks*.

Después de todo, los procesos de finaciarización del capital que caracterizan nuestra época comparten ese doble mecanismo. La dinámica del *feedback* es reveladora de este juego donde al mismo tiempo el mercado coloniza la red y la red coloniza el mercado. En este marco, el YouTuber es sin dudas un hombre-empresa de ese tipo. Es un sujeto que actúa en un contexto cuyas reglas fundamentales son: 1) la auto-explotación, es decir una forma de gobierno de sí que posibilita la continuidad del trabajo; 2) la centralidad de la invención y de la creatividad constantes; 3) la informalidad/inmaterialidad del trabajo; 4) la competencia entre los proveedores de servicios; 5) un sistema de evaluación basado en algoritmos que organizan la respuesta de los usuarios, y que deciden el mayor o menor éxito del trabajo y entonces su reproducción o su agotamiento; 6) un sistema basado, por lo menos en principio, sobre una dinámica de «share economy», no solo porque el éxito del proyecto depende de los usuarios que lo comparten y lo difunden (según la lógica de la «viralidad»), sino también porque los seguidores tienen que ser involucrados en el proyecto mismo, convirtiéndose en *stakeholders* capaces de sostenerlo – y a veces financiarlo – pero también de modificarlo o de discutirlo. En este sentido sería interesante estudiar las dinámicas, hasta emocionales, intimas y afectivas, que vinculan al YouTuber con sus seguidores en tanto sujetos que participan directamente a un proyecto empresarial, de una manera muy distinta de los viejos modos de seguir a los artistas/personajes públicos tradicionales.

Acá me interesan sobre todo los problemas de la evaluación y de la creatividad, que en el caso específico de los YouTubers – pero en general vale para el nuevo modelo de hombre-empresa – tendríamos que llamar más bien talento. La figura del YouTuber hoy en día conlleva, en efecto, aquella del «talent scout», o sea otro emprendedor de sí que busca a los talentos y los inserta en una serie de circuitos de extracción. El discurso del talento es sin dudas uno de los registros más difundidos y más horizontales de nuestra época: las instituciones, la educación, las empresas, los servicios, la política, y yo diría la sociedad misma parecerían ser un enorme aparato de captación y de articulación del talento. Es decir, una verdadera máquina de producción y subjetivación de la creatividad de los individuos, pero a la vez una tecnología de expropiación de lo común, o sea de las formas de inteligencia, saber, normatividad, comunicación, invención e institución que forman parte de las relaciones sociales. El paradigma del talento es entonces, en mi opinión, uno de los canales privilegiados de domesticación/ extracción del *General Intellect* de que habla Marx. Al interior de la narración del

talento se cruzan el gobierno de sí que el YouTuber tiene que elaborar y los modos de evaluación de la *performance* que pasan por las funciones de *feedback*. Por un lado, en efecto, los YouTubers perciben lo que hacen como un verdadero trabajo que puede ser más agotador de un trabajo tradicional, porque no tiene límites, horarios, tutelas, y necesita un esfuerzo perpetuo: «esfuerzo» es uno de los términos que más definen este tipo de «gig» auto-disciplinado. Por otro, alrededor de la evaluación se produce una serie muy compleja de relaciones, de imaginarios, de estrategias comerciales, y sobre todo de pasiones que pueden convertirse a cada instante en pasiones tristes y destructivas: competencia, envidia, sensación de aislamiento, alternancia entre euforia y depresión, pérdida de confianza en sí mismo, frustración, etc.

El YouTuber, me parece, tiene que ser situado en este campo de transformación del concepto de trabajo, de reconstrucción de las disciplinas, de resubjetivación de los saberes creativos, de reorientación de las emociones, en fin de renovación de las narraciones que habitan la relación capitalista.

Para concluir esta sección, me parece interesante hacer una comparación con otro tipo de trabajo inmaterial o cognitivo, que en ciertos aspectos es todavía más paradigmático, es decir el trabajo intelectual y sobre todo el trabajo académico, que se supone que hacemos nosotros en tanto investigadores. Ahora, creo que el caso del YouTuber es un caso híbrido desde la perspectiva de la investigación científica, porque ya no es un artista en el sentido clásico, no puede ser reducido a las categorías del trabajo cultural, como por ejemplo los actores o los músicos que en Francia se están movilizando en tanto trabajadores intermitentes: el YouTuber es más bien un sujeto creativo/cognitivo que está entre el trabajador académico y el trabajador logístico y comparte ciertos aspectos de ambos los sectores. Después de todo, la lógica empresarial está siendo cada vez más la lógica dominante del trabajo académico. El investigador contemporáneo conoce muy bien todo lo que acabamos de ver: disciplina, esfuerzo creativo, auto-explotación, iniciativa empresarial, necesidad de captar redes de alianzas y de seguidores (basta pensar en la plataforma Academia.edu), pasiones tristes, competencia, y sobre todo un sistema de evaluación supuestamente objetivo e imparcial pero cada vez más penetrante, generalizado, cuantificado, algoritmizado. Valeria Pinto escribió un libro muy interesante sobre este tema, que lleva el título de *Valutare e punire* (*Evaluar y castigar*), donde retoma precisamente el problema foucaultiano de la disciplina y lo aplica al contexto de las evaluaciones científicas, para

mostrar las formas de precarización del trabajo intelectual en las cuales las primeras están enraizadas. En el mundo académico, aunque no solo en él, el discurso del talento se convierte más precisamente en el discurso de la meritocracia, que de hecho encoraja y difunde modos a la vez de auto-evaluación y de evaluación de los colegas que forman un verdadero régimen de vigilancia. El discurso meritocrático es una declinación del gobierno de sí y de los otros, para decirlo así, particularmente eficaz cuando se trata de encarnar la explotación del sujeto en el sujeto mismo. Y sin dudas una de las armas que los trabajadores intelectuales tienen que utilizar en sus luchas es precisamente el rechazo del tema del mérito, sobre todo de las divisiones o desincorporaciones que este tema produce en el cuerpo/corporación de los académicos.

Entonces el trabajador académico, el trabajador de la logística y el YouTuber actúan todos dentro de una forma de vida que me parece muy parecida. El YouTuber, en particular, conjuga de manera muy singular los modos de la creación intelectual del trabajo científico y las estructuras de evaluación informatizadas y socializadas del trabajo logístico de nueva generación.

Se trata por lo tanto de comprender cuáles son los efectos de subjetivación que se determinan en este territorio de frontera, pero también qué formas de sujeción se producen y qué métodos de resistencia o de autonomía constituyente se ofrecen.

El caso del ASMR

Lo que me interesa ahora, como banco de prueba de lo que hemos visto hasta aquí, es observar todos estos problemas en una suerte de pequeño estudio de caso. Me refiero a una categoría de YouTubers muy sectorial, que no tiene nada que ver con el éxito increíble que tienen algunos canales de entretenimiento o de espectáculo (música, cómicos, *web series*), y que sin embargo se difundió muchísimo en YouTube a lo largo de los últimos cuatro años, con una proliferación de vídeos, de canales y de sub-categorías que llama mucho la atención (recientemente MTV dedicó una documental a este extraño fenómeno). Se trata del mundo del ASMR, sigla que refiere a *Autonomous Sensory Meridian Response*. En pocas palabras, el ASMR es una *performance* basada sobre todo en el uso de los sonidos (a veces también de las imágenes), y en particular de la voz, que generalmente es susurrada, con el objetivo de relajar al destinatario de la *performance*. Muchas veces, la finalidad consiste en hacer dormir al sujeto que escucha,

y que se supone ser alguien que tiene insomnio o no llega a dormirse fácilmente. La definición ASMR, que no tiene ninguna base científica concreta, se refiere a un fenómeno experimentado por una cantidad de personas relativamente limitada, que al escuchar ciertos sonidos perciben una sensación de extremo relajamiento y hasta de placer en el cuello y detrás de la cabeza. Parecería entonces algo muy raro, para pocos usuarios, y no susceptible de una difusión significativa. No obstante, es suficiente buscar «ASMR» en YouTube por encontrar una cantidad impresionante de videos y de canales en todos los idiomas y con ciento de miles de *followers*. Este sector me interesa por lo tanto precisamente porque se trata todavía en cierto modo de un territorio de frontera, que manifiesta en general los mismos elementos de viralidad de los canales más seguidos pero a la vez, por su naturaleza y por sus contenidos, no puede – por lo menos hasta ahora – convertirse en un verdadero sector comercial autónomo, subsumido por el *show business*. Esta ambigüedad – entre un éxito viral y una refractariedad estructural a la extracción masiva – me parece mantener más o menos abierta una serie de alternativas, de posibilidades, que siguen dependiendo en larga medida de redes de cooperación, de vínculos más personales entre procesos creativos y seguidores, en fin de formas de comunicación y de partición mucho más elementares.

Quisiera analizar una serie de problemas conectados con el marco hermenéutico presentado precedentemente:

1) Los videos ASMR no son en general una fuente de ganancia económica significativa para aquellos que lo hacen. A diferencia de otros YouTubers, hasta los ASMRers más famosos y seguidos no tienen muchas posibilidades de «salir» de sus canales o de ganar grandes cantidades de dinero con sus videos. Sin embargo, estos YouTubers también tienen algunas formas de beneficios económicos. Obviamente, por ejemplo, hay publicidad en los videos más visualizados. En segundo lugar, se encuentran muchos videos donde los ASMRers hacen reseñas o propagandas explicitas de productos de distintas tipologías, que son remunerados por los productores en tanto verdaderas formas de publicidad. En fin, es bastante común que los ASMRers les pidan dinero a sus seguidores de distintas maneras: por ejemplo, ofrecen contenidos especiales que solo pueden ser visualizados por quienes pagan, o piden donaciones libres para que puedan seguir produciendo sus videos, o piden que los seguidores los ayuden a comprar nuevas instrumentaciones para mejorar la calidad sonora o visual de sus productos. Lo que me parece interesante, en este contexto, no son tanto los

modos en que los ASMRers llegan a ganar dinero o a conseguir otras formas de beneficios, sino los debates más o menos directos concernientes el tema del dinero, que se suele encontrar en muchos videos (y, por supuesto, en los comentarios escritos por los autores y por los seguidores). En efecto, no es difícil encontrar reflexiones, criticas, indignaciones, pero también justificaciones, defensas. El tema del dinero para este tipo de YouTubers todavía es un tema muy delicado y poco claro, que tiene que ver con formas de vergüenza y de moralidad, o con registros de reivindicación y de legitimación de la actividad del ASMRer.

2) A partir de acá, parece claro que las categorías propias del trabajo son muy problemáticas en este tipo de contexto. ¿Qué es lo que hacen los YouTubers y en particular los ASMRers? ¿Se trata de trabajo o solo de un hobby, de una actividad privada, de un gusto personal, en otros términos de algo que tiene que ser situado al lado del 'verdadero' trabajo? Muchos ASMRers parecerían considerar lo que hacen como algo informal e íntimo, que no sería comparable a lo que en general se suele referir a los sectores laborales. Y sin embargo ellos hablan mucho, sobre todo al principio de sus videos, de lo que están haciendo, de lo que han hecho o de lo que quisieran hacer en videos futuros: los temas del esfuerzo, de la fatiga, del tiempo y de los medios necesario para grabar o editar, de la gestión del canal y de las relaciones con los seguidores, son temas muy frecuentes. En muchos casos, es muy evidente que inventar y grabar nuevos videos es algo fundamental y prioritario para ellos, que tiene que ver no solo con una necesitad creativa sino también con una suerte de compromiso auto-impuesto que deben cumplir. A veces hablan explícitamente o implícitamente de lo que tienen que hacer o de lo a que tiene que renunciar para disciplinarse, para hacer un número suficiente de videos, para organizar el tiempo que necesitan, para manejar la cualidad de sus productos. En algunos videos los ASMRers les piden disculpas a los seguidores por no haber grabado una cantidad suficiente de videos dentro de un periodo determinado, o por no haber llegado a hacer lo que querían y como lo querían, o lo que los seguidores mismos les piden. Como se ve, el mecanismo del *feedback* es fundamental, en la medida en que está conectado con la cantidad de *followers* que cada YouTuber tiene y entonces con la mayor o menor visibilidad de sus videos en las búsquedas de los usuarios. En conclusión, es cierto que si el ASMR no es considerado un trabajo *stricto sensu*, de todos modos es asumido en ciertos casos por los ASMRers mismos como una actividad central en sus vidas, que requiere una precisa inversión de

tiempo, corporeidad, energía, creatividad, disciplina y constancia.

3) Me parece que en los videos ASMR hay algo que llamaría provisoriamente una inversión laboral imaginaria. En otras palabras, la mayoría de los videos son construidos como «role plays», es decir, como situaciones en las cuales los ASMR fingen ser profesionales o trabajadores de distintos tipos: médicos, libreros, esteticistas, maquilladores, peluqueros, masajistas, empleados públicos o de agencias, personal de atención al cliente, abogados, psicólogos, comerciantes, docentes, etc. En muchos casos, entonces, se trata de reproducir situaciones de trabajo muy específicas, a veces con disfraces o escenografías. Lo destacable es que en ciertos videos los ASMRers demuestran competencias y conocimientos particulares que conciernen el ámbito profesional que están simulando. Entonces hay generalmente un doble nivel del servicio que los ASMRers ofrecen: un nivel directo, que tiene que ver con el objetivo de relajar al espectador y que responde entonces a una demanda particular, o sea la búsqueda de una condición psicofísica determinada; y un nivel indirecto, relacionado con un servicio secundario y puramente imaginario donde tal vez se proyectan por un lado las capacidades singulares de los ASMRers y sus aspiraciones laborales, y por otro lado, en cierto modo, una imposibilidad de realizar estas aptitudes o aspiraciones afuera de la ficción del video. A modo de hipótesis, nos podríamos preguntar en qué medida esa difusión viral del «role play» profesional se vincula con una condición generalizada de faltas de oportunidades laborales y de desempleo entre los jóvenes, o simplemente con la frustración de una situación laboral instable, precaria y no correspondiente a las aspiraciones, a la formación o a las aptitudes reales de los ASMRers: quizá muchos de ellos sean los mismos trabajadores de la «Gig economy». Me parece interesante, entonces, comprender por qué muchos videos se basan en un «role play», y por qué el «role play» tiende a imaginar un contexto laboral que en principio requiere ciertos saberes y *know-hows* que muchas veces no son genéricos sino de alto nivel (aunque se trate de una ficción).

4) Otro aspecto extremamente interesante, me parece, es que en los «role plays» armados por los ASMRers se trata normalmente de prestar un servicio de cuidado, de cuidar al cliente y a su doble identidad (su doble demanda), o sea en tanto usuario del video ASMR y en tanto usuario del servicio ficcional ofrecido – que sea un servicio médico, psicológico o relativo al simple bienestar, que se trate por ejemplo de belleza del cuerpo, de cuidado del espíritu o de consultasde varia tipología (preparación de

comida, ropas, *fitness*, régimen alimenticio, estudio, etc.). No es una casualidad que la clínica o la agencia sean unos de los ambientes más comunes donde tienen lugar las ficciones del ASMR – algunos llegaron a imaginar «clínicas ASMR», por ejemplo – es decir que muchos de estos YouTubers perciben sus videos como una verdadera forma posible de «consulting» profesionalizado. Esta suerte de servicio se refiere entonces a un público muy particular, es decir a sujetos que necesitan y quieren ser cuidados, ayudados, sostenidos. ¿Qué tipo de subjetividad emerge a esta altura? Me parece que se trata de una subjetividad que se representa – o por lo menos está representada por los ASMRers – como débil, angustiada, precaria, cansada, vulnerable, dominada por la incertidumbre y por la ansiedad. Generalmente el servicio que los ASMRers ofrecen es lo que ellos mismos llaman un «relajamiento guiado», donde el registro de base es justamente aquel de la ansiedad, de la preocupación, de la necesidad de dejar de lado los pensamientos negativos, etc. El destinatario del ASMR, entonces, es en principio un sujeto que experimenta una condición de soledad, de miedo y de impotencia, y que busca una forma de cuidado personalizado que le permita olvidar sus problemas. Me parece importante insistir sobre el tema del cuidado precisamente porque, como vimos, es un sector de disciplina y de extracción que se volvió crucial en las metamorfosis más recientes de la relación capitalista. Ya no es simplemente la base de la reproducción de la vida necesaria a la producción, que el capitalismo tuvo que domesticar y privatizar (por ejemplo generizándolo), sino la expresión de la textura afectiva, para decirlo así, que constituye las relaciones sociales. Hablar de cuidado en estos términos quiere decir más bien, en otras palabras, hablar de lo que Negri y Hardt llaman *trabajo afectivo*, que tiene que ver precisamente con el bienestar, con un servicio que se pone como objetivo la satisfacción, la comodidad o la seguridad. Lo que pasa en los videos ASMR, desde este punto de vista, presenta una serie de ambigüedades. Por un lado, se trata de construir una red de ayuda, de solidaridad. No hay ASMR, dicen los ASMRers, si no hay una comunidad, una forma de cooperación y partición: después de todo el trabajo afectivo que forma parte del ASMR es indisoluble de las formas de afectividad e intimidad que hemos visto a propósito de los YouTubers en general, que a veces tienen una relación muy estricta y directa con sus seguidores. Por otro lado, en cambio, la tendencia o mejor dicho el sueño de la profesionalización de los afectos involucrados en este tipo de «servicio» puede llevar a otro tipo de uso del trabajo afectivo.

5) Un caso particular en este sentido es aquel del sueño, me parece. El ASMR

nació específicamente como forma de ayuda para personas que no llegan a dormir, como una suerte de terapia natural. El tema de la ausencia de sueño está evidentemente conectado con el campo subjetivo que acabamos de ver, caracterizado por ansiedad, miedo e incertidumbre existencial. Se trata, en cierto modo, de una condición común en la multitud de los que trabajan de una forma o de la otra en el mercado del trabajo intelectual, cognitivo, inmaterial, etc. La incapacidad de dormir es sin dudas uno de los efectos posibles de la precarización radical de la vida y de la sensación de vulnerabilidad que eso genera. Podríamos llegar a decir que el insomnio es un elemento estructural del tiempo de la deuda y, por lo tanto, de un sujeto que se percibe y vive en tanto endeudado. Pero al mismo tiempo el poco sueño es uno de los requisitos de este tipo de los nuevos sectores del mercado del trabajo, o sea de la movilidad y de la autonomía empresarial que caracterizan al sujeto de que estamos hablando. Los académicos más jóvenes, por ejemplo, saben muy bien qué quiere decir tener que renunciar al sueño o en general al descanso, o qué quiere decir no tener ninguna verdadera distinción entre días laborales y días feriados. Estamos sin dudas frente a una nueva manera de manejar el tiempo y en particular el sueño. En cierto sentido, el capital siempre trabajó mucho alrededor del sueño y produjo modificaciones muy precisas. Es sabido, por ejemplo, que las 8 horas de sueño que nosotros todavía seguimos considerando como obvias o naturales no existieron antes del fin del siglo XIX, y por cierto esto tiene que ver también con la necesidad de una organización del tiempo de la vida en relación con el tiempo del trabajo asalariado. Probablemente ya estemos asistiendo a nuevas transformaciones del sueño a partir de las transformaciones del trabajo y en general de la gestión del tiempo. ¿Qué pasa en los ritmos del sueño en un contexto donde quizá ya no haya verdaderas diferencias entre vida y trabajo? El fenómeno del ASMR me parece hablar en cierto modo de estas transformaciones, es decir antes que nada de unas incertidumbres o de unos «vacíos» de saber que todavía caracterizan un territorio nuevo, junto con las experimentaciones que necesariamente lo habitan.

Hacia una conclusión

Probablemente el caso específico de los ASMRers nos pueda decir algo interesante sobre un campo de afectos que ha sido llamado, en una publicación reciente, «las pasiones de la crisis». Se trata en efecto de comprender como cambian las pasiones o

qué pasiones inéditas se forman a la altura de la génesis de nuevas subjetividades. La crisis en este sentido es un discrimen fundamental. En primer lugar, la crisis económica de la última década, que funcionó y sigue funcionando como un enorme aparato técnico y narrativo de restructuración neo-liberal del Estado, del *Welfare*, de los derechos, del trabajo, de la propiedad, pero también, por supuesto, de los sujetos. Hay al mismo tiempo, me parece, una crisis de la subjetividad que trabaja dentro de procesos de construcción de una subjetividad de la crisis. Y en esos procesos es evidentemente fundamental comprender cuales son y cómo funcionan las pasiones propias de la crisis. Porque creo que sin este tipo de comprensión no se da la posibilidad de una reapropiación de los afectos ni de una apuesta común, antagonista y constituyente, que sea capaz de hacer algo distinto con las crisis que nos conciernen. Tal vez interrogar a una serie de nuevas formas de subjetividad a través del análisis del fenómeno de los YouTubers pueda ser una de las muchas aunque pequeñas maneras posibles para empezar a descifrar el territorio afectivo en el que somos llamados a movilizar nuestra acción política.

Bibliografía esencial

A. Amin (1994), *Post-fordism* (Oxford: Blackwell)

Aa. Vv. (2010), *Le passioni della crisi* (Roma: Manifestolibri)

Aa. Vv. (2008), *Lessico marxiano* (Roma: Manifestolibri)

U. Beck (1999), *SchöneneueArbeitswelt. Vision Weltbürgergesellschaft*(Frankfurt-New York: Campus Verlag)

G. Becker (1964), Human Capital: ATheoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education (Chicago: The University of Chicago Press)

R. Braidotti (2013), *The Posthuman* (Cambridge: Polity Press)

L. Boltanski, È. Chiappello (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme* (Paris: Gallimard)

J. Crary (2013), *Late Capitalism and the End of Sleep* (London: Verso)

M. Foucault (2004). *Nacimiento de la biopolítica. Curso en el* Collège de France *(1978-1979)* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica).

P. Dardot, Ch. Laval (2014), *Commun.Essai sur la révolution au XXI^e siècle* (Paris: La Découverte)

S. Federici (2013), *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas* (Madrid: Traficantes de sueños)

A. Fumagalli (2007), *Bioeconomia e capitalismo cognitivo. Verso un nuovo paradigma di accumulazione* (Roma: Carocci Editore)

D. Haraway (1991), *Simians, Cyborgs, and Women. The Reinvention of Nature* (New York: Routledge).

M. Hardt, A. Negri (2009), *Commonwealth* (Cambridge: Harvard University Press)

M. Hardt, A. Negri (2009), *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire* (London: Penguin Books)

N. Klein (2000), *No Logo* (London: Flamingo)

M. Lazzarato (2011), *La fabrique de l'homme endetté: Essai sur la condition néolibérale* (Paris: Éditions Amsterdam)

Ch. Marazzi (2010), *Capital y Lenguaje. Hacia el gobierno de las finanzas* (Buenos Aires: Tinta Limón)

K. Marx, *Grundrisse der Kritik der politischenÖkonomie*

S. Murillo (1996), *El mito de la vida privada. De la entrega al tiempo propio*(Madrid: Siglo XXI)

A. Negri (2003), *Marx oltre Marx* (Roma: Manifestolibri, Roma)

A. Negri, C. Vercellone (2007), «Il rapporto capitale/lavoro nel capitalismo cognitivo», *Posse*, n. 2, p. 46-56.

L. Paltrinieri (2016), *L'impresa e la filosofia politica. Verso un approccio genealogico*, en M. Iofrida (ed.), *Emergenza ecologica, alienazione, lavoro* (Modena: Mucchi), p. 23-42.

M. Pasquinelli (2008), *Animal Spirits. A Bestiary of the Commons* (Rotterdam: NAi Publishers)

M. Pasquinelli (ed., 2014), *Gli algoritmi del capitale. Accelerazionismo, macchine della conoscenza e autonomia del comune* (Verona: Ombre Corte)

E. Sacchi (2016), «Neoliberalismo y subjetividad. Notas para pensar la gubernamentalidad de nuestro tiempo», *Identidades*, n. 10, p. 22-33

N. Rosenberg (1976), *Perspectives on Technology* (Cambridge: Cambridge University Press)

G. Simondon (2005), *L'individuation à la lumière des notions de forme et d'information* (Grenoble: Millon)

Y. Varoufakis (2013), *The Global Minotaur: America, Europe and the Future of the Global Economy* (London: Zed Books)

P. Virno (2014), *Grammatica della moltitudine. Per una analisi delle forme di vita contemporanee* (Roma : DeriveApprodi).

A. Zanini, U. Fadini (2001), *Lessico postfordista. Dizionario di idee della* mutazione (Milano: Feltrinelli)