



Google: ninguna exclusión es rentable.

Estrella Soria.

En la historia más actual podemos ubicar a Google como una megaempresa multinacional que además de un gran buscador por el que cruza cantidades inmensas de información, tiene muchas otras líneas de negocio, entre las que se ubican los datos, su procesamiento y el continuo desarrollo de productos digitales. Lo que ha resultado muy eficiente para los negocios y filosóficamente contradictorio es, por ejemplo, el uso de software libre, que se basa en una comunidad de voluntariados que promueven en sus desarrollos las libertades para usar, estudiar, modificar y distribuir programas, para que el personal de la megaempresa lo retome para diseñar productos con restricciones que consolidan su monopolio, desposeyéndole al software todo el sentido libre y abierto que se promueve en sus principios. Otro joya puede ser la campaña permanente de contratación a "los mejores y más diversos" perfiles del mundo para mostrarse inclusivos y competitivos, pero sus propios informes los evidencian. Las decisiones y jefaturas de Google están compuestas por un personal mayoritariamente blanco y masculino.

Si el método para mantener una hegemonía en los negocios actualmente se basa en adoptar lo más rentable en cuanto a costos-beneficios, es necesario distinguir la dimensión y poder del discurso de las mega-empresas globales y las narrativas que las sostienen. De pronto encontramos que el "compromiso social", la "colaboración" o la "participación" se convierten dinámicamente en un código cultural sobre el que se tejen vínculos y relaciones que reproducen/producen imaginarios sociales que tienden a condicionar los comportamientos, dicho de otro modo, el lenguaje es una forma de práctica social donde se incorporan los valores de forma consciente e inconsciente.

Cuando nos propusimos explorar casos para contrastarlos con lab's, hacklabs, o espacios de aprendizaje y experimentación tecnológica, Google me parecía ejemplar en todas sus dimensiones (económica, tecnopolítica y sociocultural) porque se proyecta como "el organizador de la información del mundo", "accesible y fácil" como si fuera una labor humanitaria, pero poco invierte en hacer saber a sus usuarios todo el beneficio monetario que se extrae de ellos. Cuando Google dice que se esforzará para que "Cada desarrollo de su megaempresa sea para cada grupo social, situación o necesidad localizada"¹ puede ser entendido por el grueso de las personas como un gesto de la bondad tecnológica neutral para la humanidad, pero la diversificación, la inclusión de cada grupo social, situación o necesidad es una

¹ Ten things we know to be true, PhilosophyGoogle. (Consultado 02/01/2018) <https://www.google.com/intl/en/about/philosophy.html>

reconocida estrategia empresarial para la conquista de nuevos mercados y para desarrollar nuevas ofertas de productos y servicios².

Para ejemplificar la diferencia entre lo que Google proyecta respecto a la inclusión y diversidad y lo que realmente hace, podemos citar el caso de James Damore, un ingeniero promedio que cuestionó públicamente las políticas entre trabajadores (googlers) del corporativo. En sus críticas dijo "que la distribución de preferencias y habilidades de hombres y mujeres difiere en parte debido a causas biológicas y que estas diferencias pueden explicar por qué no vemos una representación igualitaria de mujeres en tecnología y liderazgo...".

Se podría pensar que los hallazgos de la ciencia, la tecnología y la industria hubieran podido cuestionar este tipo de determinaciones basadas en esencialismos de los siglos pasados; incluso la mega-empresa promueve a través de programas educativos y charlas para sus empleados sobre los sesgos inconscientes en torno a la raza o el género, así como códigos de conducta. Sin embargo, la popularidad positiva que generó el comentario de J. Damore, deja ver que las ideas y las relaciones de dominación persisten -por que son constitutivas a su cultura- en formas complejas y multidimensionales al interior y al exterior de Google, en sus personas y en sus tecnologías.

En este caso contemporáneo generaremos una aproximación a las paradójicas implicaciones de las políticas de la inclusión/exclusión respecto de mujeres, hombres, diversidades sexogenéricas, raciales y culturales en el mundo de la tecnología. Una muestra de las contradicciones que forman parte del comportamiento en empresas, instituciones, universidades e incluso de algunos Labs independientes que se proponen principios y subjetividades no hegemónicas o al margen.

Los imaginarios que reconocen a las mujeres como sujetos de conocimiento científico o tecnológico especializado son recientes en la historia y se enfrentan a quienes continúan sosteniendo, en la práctica, la existencia de una "naturaleza femenina" o la naturaleza biológica incapacitante³. Entiéndase imaginario como Castoriadis propuso al relativizar la influencia material sobre los condicionamientos, los comportamientos y las representaciones sociales⁴.

Se puede decir que a pesar de las reconfiguraciones sexo/genéricas que los movimientos sociales y las teorías críticas han hecho visibles en los últimos tiempos, la tecnología como ciencia ha heredado históricamente los estereotipos y prejuicios de quienes tienen acceso y participan en su desarrollo. Eulalia Pérez y S. García han identificado en su trabajo historiográfico que las mujeres han sido objeto de afirmaciones, hipótesis y teorías que han mantenido largos espirales que justifican un estatus subordinado e invisibilizado de los conocimientos prestigiados

Datos

La historia de Google comienza en 1995 en la Universidad de Stanford. Larry Page y Sergey Brin, construyeron un motor de búsqueda que usaba enlaces para determinar la importancia de las páginas individuales en la World Wide Web. Google Inc. inicia formalmente en 1998 con la inversión de 100.000

2 ¿La diversidad de género es rentable? <https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-resumen-ejecutivo-estudio-diversidad-de-genero/%24FILE/EY-resumen-ejecutivo-estudio-diversidad-de-genero.pdf>

3 Eulalia Pérez Sedeño, S. García Dauder, Las 'mentiras' científicas sobre las mujeres, edit. Los libros de la Catarata, España, 2017, p20.

4 Castoriadis, Cornelius. La institución imaginaria de la sociedad Vol. 2, Trusquets Editores, Barcelona, España, 2a edición, 1993. // <https://www.scribd.com/document/216038123/CASTORIADIS-La-institucion-imaginaria-de-la-sociedad-Vol-2>

(USD) que el cofundador de Sun Co., Andy Bechtolsheim, les da para impulsar su negocio. La compañía empezó a expandirse rápidamente con la contratación de ingenieros, el área de ventas y la cooptación de mucho trabajo voluntario.

El mito "del garaje al corporativo (Googleplex)" fue la historia que en su momento refrescó al barrio en Silicon Valley, el sitio con más concentración de corporaciones de tecnología en el mundo, influyendo a las cientos de pequeñas empresas en formación (Start Ups) con "el espíritu" organizacional de Google. Desde entonces las "Diez cosas que sabemos que son verdad" ("*Ten things we know to be true*")⁵ quedaron instaladas en el imaginario global empresarial como el modelo exitoso y ejemplar a replicar, por ejemplo, "Es mejor hacer una única cosa muy, muy bien", "Es mejor ser rápido que lento", "Se puede ganar dinero siendo honrado", "La necesidad de información traspasa todas las fronteras", "Ser muy bueno no basta", entre otras.

La misión de Google, según Google, es "Organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil" para todo el mundo⁶, y el cumplimiento de su meta requiere de una mano de obra altamente cualificada, competitiva y con diversidad en géneros, clases, colores y culturas, que pueda liderar proyectos, desarrollar productos y sostener los servicios con los mismos perfiles de personas usuarias a las que se dirige⁷. Eso da sentido a la campaña permanente de prestigio a través de las "oportunidades" de empleo promovidas en todo el mundo.

Google es una compañía subsidiaria de la multinacional estadounidense Alphabet Inc., quienes mantienen la especialización de los productos y servicios relacionados con Internet, software, dispositivos electrónicos, datos, publicidad y otras tecnologías. Las ventas de Google para el primer trimestre del 2018 subieron un 26% respecto del trimestre anterior, las ganancias ascienden a 31.100 millones de dólares. Hoy en día se le reconoce abiertamente como una hegemonía que continúa en expansión.

Comparando el altamente rentable discurso de diversidad e inclusión con los porcentajes de las personas empleadas de Google en EE.UU. encontramos en breve los altos contrastes, tales como: un 69.1% de hombres y un 30.9%, mujeres, sin que haya opción de reconocer las diversidades sexogenéricas en sus propias cifras. Se encuentra compuesta por el 53.1% de personas blancas, 36.3% asiáticas, 4.2% de dos o más razas, 3.6% latinas, 2.5% afroamericanas y 0.3% nativas norteamericanas. En las jefaturas son el 74.5% de hombres y un 25.5% mujeres, predominando la raza blanca con un 66.9%.

Si quisiéramos estudiar si hay o no discriminación positiva en Google, tendríamos que comparar estas cifras sobre el ingreso y el egreso de personal en relación al mercado laboral con aquellas de empresas del mismo corte o con algunas universidades, pero no es el caso. Queremos reconocer las resonancias de Google como un complejo de tecnologías y su influencia sobre los usuarios, desarrolladoras y laboratorios de experimentación tecnológica.

A principios de agosto de 2017, en un contexto en que Google fue demandado por marcar diferencias de sueldos según el género⁸, James Demore publicó un documento titulado "*Google's Ideological Echo*

5 Google. Ten things we know to be true. (Consultado: 01/02/2018) <https://www.google.com/intl/en/about/philosophy.html>

6 Google, Our company. (Consultado 03/02/2018) <https://www.google.com/intl/en/about/our-company/>

7 Google, Diversity and inclusion. (Consultado 03/02/2018) <https://diversity.google/>

8 The Guardian. TeleSur – ka – ACH. 07 de abril de 2017 (Consultado 06/03/2018) <https://www.telesurtv.net/news/Acusan-a-google-de-extrema-discriminacion-salarial-por-genero-20170407-0072.html>

Chamber" en "G+" y en redes sociales internas de la mega-empresa. "El 'manifiesto machista' de Google" fue noticia en varios medios de comunicación masiva. Es un documento de 10 páginas con cuestionamientos a las políticas de inclusión y diversidad de esa empresa⁹. La resonancia fue global. En castellano, de al menos 20 notas periodísticas únicamente 6 fueron firmadas por mujeres. El resto de notas subrayaban con algunos fragmentos e interpretaciones el "drama organizacional", el "problema irresuelto" o la "realidad irreductible" como si ésta fuera una realidad que se debería aceptar tal cual es.

Las frases más señaladas del documento fueron: "...La discriminación para alcanzar la representación equitativa es injusta, divisiva y mala para los negocios." "...Simplemente estoy afirmando que la distribución de preferencias y habilidades de hombres y mujeres difiere en parte debido a causas biológicas y que estas diferencias pueden explicar por qué no vemos una representación igualitaria de mujeres en tecnología y liderazgo..." Llama la atención que una sola persona tuvo más resonancia en medios de comunicación y redes sociales que el grupo de tres mujeres quienes en las mismas fechas demandaban a Google resarcir las diferencias de sueldo por su género.

J. Demore fue despedido pero obtuvo una gran popularidad y empatía entre sus pares. Cinco meses después demandó al corporativo por "discriminar a hombres blancos" y junto con David Gudeman, otro ex-ingeniero de Google, acusaron a la mega-empresa públicamente por no defender a los empleados para expresar sus opiniones libremente en el centro de trabajo y contra el acoso del que fueron objeto al apoyar abiertamente al actual presidente de los Estados Unidos, Donald Trump¹⁰.

Conductas identificadas.

El análisis historiográfico de las tecnociencias realizado por Jutta Weber¹¹ ha mostrado que la construcción de las diferencias entre los sexos en biología gira en torno a "errores", es decir, que el sistema de la ciencia está permeado por sesgos y prejuicios en torno a lo femenino y lo masculino.

De Aristoteles hasta nuestros días, pasando por Eurípides, Schopenhauer, Nietzsche, Rousseau, Freud, Kierkegard, Picasso, Ortega y Gasset, Dostoievski, Molière, Kant, entre muchos otros; se continua sosteniendo a través de la lectura poco crítica de las teorías de estos autores -multi traducidos y muy publicados por considerarse piedras angulares del conocimiento universal (prestigiado)- que las mujeres tienen un cerebro más pequeño, que su condición de género revela que no están destinadas ni a los grandes trabajos de la inteligencia ni a los grandes trabajos materiales. Entonces las cualidades sobre activo/pasivo, independiente/dependiente, primario/secundario son basadas también en creencias de lo que es la ciencia.

El caso del googler es sintomático cuando se le puede leer asentando como verdades científicas los prejuicios Aristotélicos sobre la falta de cualidades de las mujeres sólo por ser mujeres, "por ser débiles, impulsivas y atentas para ayudar, para comunicar, pero no para dirigir, programar, desarrollar o tolerar

9 James Damore. **Google's Ideological Echo Chamber**. How bias clouds our thinking about diversity and inclusion, July 2017. (Consultado 08/03/2018) <https://assets.documentcloud.org/documents/3914586/Googles-Ideological-Echo-Chamber.pdf>

10 El ingeniero 'machista' de Google demanda a la empresa por discriminar a los blancos 09/01/2018 Diario El Confidencial (Consultado 04/04/2018) https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-01-09/james-damore-google-ingeniero-despedido-demanda_1503461/

11 Weber, Jutta. From Science and Technology to Feminist Technoscience https://www.uni-bielefeld.de/ZIF/FG/2006Application/PDF/Weber_essay.pdf

altos niveles de estrés, porque caracteriza sesgos profundos e insostenibles"; más aún cuando J. Damore generó mucha empatía e identificación entre sus pares al interior del corporativo con relación a sus argumentos y críticas sobre la desigualdad que genera la implementación de las políticas internas de diversidad e inclusión, porque da cuenta de los prejuicios que encarnan las personas que desarrollan hegemónicamente tecnologías; y finalmente la imposición de los avances positivos de las políticas internas de Google en sus últimos informes¹².

La identidad de Google se conforma a través de la historia e ideario de sus creadores. La personalidad de la empresa se edificó a través del lema: "*Don't be Evil*" -"No seas malvado". Este lema fue de origen anecdótico pero sirvió como base al código de conducta de Google en sus inicios, una idea que implicaba no abusar de su posición y tratar a los otros con respeto. Recientemente cambió a "*Do the Right Thing*" o "Haz lo Correcto", una frase más clara y afirmativa que tenía que responder al contexto económico, político y sociocultural, teniendo en cuenta que la tecnología tiene actualmente toda la credibilidad y el prestigio de la ciencia, y quizás por eso no importa si es privativa, si vigila, si lucra, si concentra un potencial control sobre las personas usuarias, la memoria y los archivos del mundo.

Hoy en día Google no sólo sostiene/ostenta un gran poder de archivado e indexación de la información que circula en Internet, sino que además es el símbolo de "un buen trabajo" en el prestigiado mundo de la informática. En otra capa, la aspiración de colaborar en Google incluye hermosas oficinas, buenos salarios, aprendizaje constante y el prestigio del googler: ser "cool". En promedio se reciben dos millones de candidaturas al año a través de solicitudes, sin embargo logra captar a la mayoría de los nuevos talentos desde los subsidios en programas de desarrollo (start up, hackatones, Labs, meetup, hackerspace, etc.) en las universidades, en las organizaciones sociales, conferencias y en encuentros internacionales.

En aras de que se alcance una representación del 50% de mujeres en tecnología y liderazgo se habla mucho en capacitaciones e investigaciones organizacionales de la propia mega-empresa sobre los sesgos explícitos e implícitos (inconscientes). Sin embargo, algunos colaboradores consideran que las diferencias entre hombres y mujeres no sólo se construyen socialmente, sino que las diferencias biológicas son determinantes; y que la discriminación para alcanzar la representación equitativa es injusta, divisiva y mala para los negocios. Entonces queda claro que no es cuestión de cuotas sino de privilegios.

Una inclusión fuera de lugar. Además de los prejuicios, sesgos y condiciones materiales exclusivas, es muy posible que también ocurra una auto-exclusión de la ciencia y la tecnología en la vida de algunas mujeres, dado que exige mucho más trabajo lograr un reconocimiento, disputar estatus, méritos, invertir en carreras lucrativas en las que los hombres quieren estar competitiva y desproporcionadamente presentes; enfrentarse cotidianamente a quienes cuestionan los conocimientos pero en un descuido se adjudican lo realizado, o a quienes cuestionan el desempeño pero siempre se benefician, a quienes hostigan o se sienten con privilegios para opinar sobre el cuerpo, la forma de expresarse, de hablar o de programar... Yo también me lo pensaría otra vez.

El significado más común que le asignamos a la exclusión es estar "fuera de" y a la inclusión "dentro de", pero vale la pena reconocer que el concepto de la exclusión/inclusión social se popularizó en Europa

12 Google diversity annual report 2018 (Consultado 06/06/2018) https://diversity.google/static/pdf/google_Diversity_annual_report_2018.pdf

durante los años noventa para hacer referencia a los nuevos problemas sociales y económicos asociados a la globalización. La Organización de las Naciones Unidas, la Unión Europea, entre otros actores, retomaron el concepto para generar un criterio estratégico en el diseño de políticas públicas que fuera transversalmente aplicable y suficientemente entendible; dentro, afuera, por encima o por debajo de los límites que materializan la diferencia, todos han sido indicadores con criterios globales pero también con criterios localizados¹³.

La inclusión entendida como una pedagogía para dar respuesta a la diversidad llegó después con el objetivo de reemplazar la categoría de "integración", la que hasta ese momento dominaba en el discurso, en la práctica educativa, en la gestión de tecnologías y empresas. El supuesto básico es que había que modificar los sistemas (social, cultural, organizacional, informático, jurídico, escolar...) para que respondiera a las necesidades de las personas, en lugar de que las personas debieran adaptarse a los sistemas.

La exclusión/inclusión para la sociología no es un tema nuevo y ha sido muy discutible admitir un binarismo estático que cumpla una función instrumental al generar únicamente indicadores planos. En cambio se ha intentado problematizar los límites de los conceptos al reconocerlos como procesos dinámicos sobre acontecimientos sociales concretos, y es ahí donde se despliegan muchas dimensiones que dependiendo la situación, las condiciones, el entorno, los actores, la pertenencia y la validación, se torna casi paradójico y complejo al no haber un estado único de exclusión o de inclusión si no que las dos se expresan en esas situaciones concretas a la vez.

Si consideramos a la inclusión y la exclusión como una forma de violencia estructural, en la que no se alcanzan a cubrir las necesidades básicas, encontramos un conjunto de procesos donde las personas excluidas son aquellas que han sido invalidadas por la coyuntura y por las desigualdades en lo económico, político y sociocultural, en esas dimensiones donde la interconexión se da sobre todo en situaciones de desventaja¹⁴. En ello se basa "la discriminación positiva" para hacer contrapeso a la violencia estructural que ha provocado la exclusión histórica -por ejemplo, las políticas para "igualar" las oportunidades de acceso al trabajo, educación y servicios para personas racializadas¹⁵, inválidas y ancianas- no obstante, se puede cuestionar su efectividad para reducir los sesgos que, por tener ciertos rasgos o formar parte de los grupos "vulnerables", las mantiene al margen como su condición.

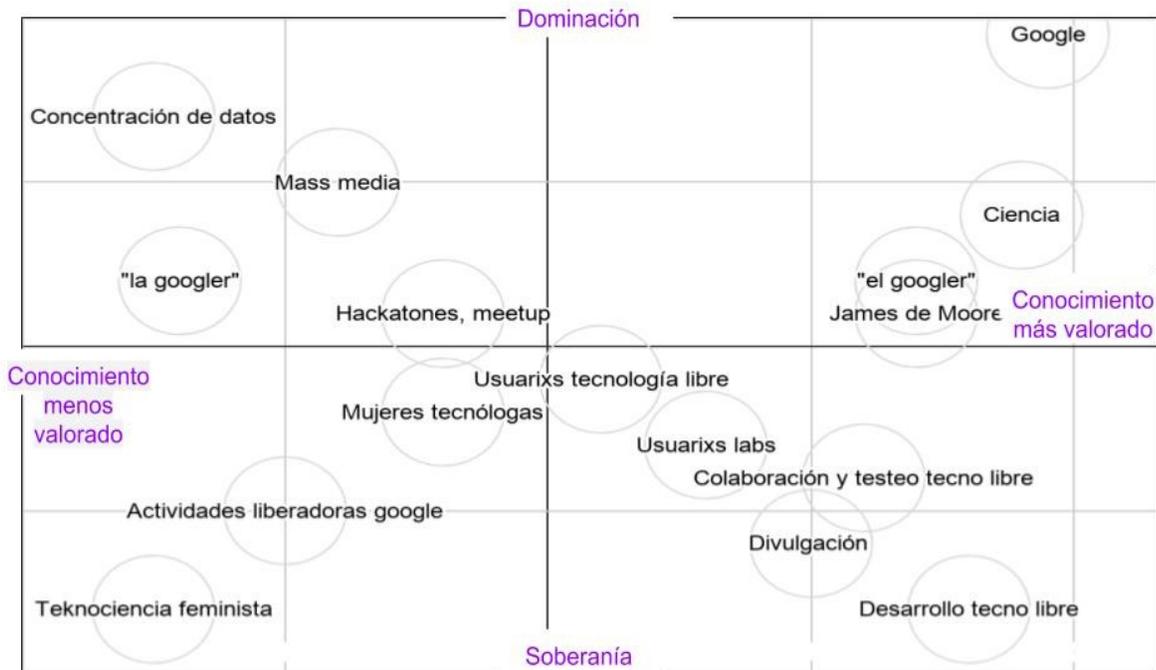
Una de las modalidades de la "discriminación positiva" o "acción afirmativa" son las leyes o políticas sobre las cuotas de género como el mecanismo que podría garantizar más presencia y participación de las mujeres en cargos públicos o en el mercado laboral, pero hasta ahora no se ha demostrado que la inclusión de las mujeres revierta por sí misma la exclusión de sus pares porque la inclusión desdibuja la violencia cultural de aquellas voces predominantes que justifican la violencia estructural y que mantienen los vínculos sociales que sostienen las desigualdades.

13 Rawal, N. (2008), "Social inclusion and exclusion: A review", Dhaulagiri Journal of Sociology and Anthropology, vol.2. https://www.researchgate.net/publication/240803440_Social_Inclusion_and_Exclusion_A_Review

14 Unconscious Bias in the Classroom: Evidence and Opportunities <http://services.Google.com/fh/files/misc/unconscious-bias-in-the-classroom-report.pdf> y <https://rework.withgoogle.com/guides/unbiasing-raise-awareness/steps/introduction/>

15 Entiendase racialización como las categorías raciales resultado de procesos dinámicos pero con agentes y agendas involucrados en prácticas de dominación, por ejemplo la clasificación de los seres humanos en razas superiores e inferiores para justificar una jerarquía existente. Michael Banton: International Action Against Racial Discrimination, 1996; The International Politics of Race, 2002.

Mapa de voces.



El discurso público de las mega-empresas globales responde a un modelaje económico y narrativo en el que se incorpora todo lo que genera más rentabilidad económica, financiera y social. "Compromiso social", "colaboración" o "participación ciudadana" se convierten por influencia discursiva hegemónica en el código común sobre el que se tejen vínculos y relaciones de producción o reproducción de imaginarios sociales.

El caso de las políticas de inclusión/exclusión de Google es ejemplar en sus diferentes capas -tecnológica, simbólica y social- porque ha logrado convertirnos en trabajadoras, en mercancía y en consumidoras posicionado sus lógicas, valores y proyecciones estratégicas hegemónicas como un modelo exitoso de oportunidades para el desarrollo de la vida.

Poder concentrado y conocimiento de prestigioso.

- La ciencia como un actor neutral con la total autoridad para respaldar cualquier decisión tecnopolítica.
- Google, mega-empresa reconocida por sus planes financieros y su potencial económico creciente en la expansión de sus mercados.
- Google, desarrolladora de tecnologías. En el terreno de lo simbólico, Google 'encarna' o representa a la tecnología con el aval de la ciencia, quienes desarrollan tecnología para todos los grupos y localidades del planeta de forma fácil y accesible.
- Si antes se agregaba "científicamente comprobado" para reforzar alguna idea o potenciar la aceptación de una afirmación, ahora se dice: tecnológicamente probado. El ha sido semántico.

- Google, sostiene servicios "gratuitos" y herramientas eficientes y utilizables para cada grupo social y localidad.
- Google patrón. Empleador con políticas amigables para las personas trabajadoras y buenos sueldos.
- Google, el buscador y organizador de la información del mundo.
- "El googler": informático, blanco, hombre, competitivo, eficiente, líder, colaborativo, biológica e intelectualmente apto para desarrollar tecnología y ciencia, y tomar decisiones.
- James Damore, googler, el valiente y honesto trabajador que asume sus sesgos y critica abiertamente las políticas de su prestigiosa mega-empresa sobre los temas que incomodan a sus pares: diversidad e inclusión. Pero con una gran capacidad de hacer resonar su voz/opinión a través de las redes internas de google y en medios de comunicación masivos.
- La multinacional estadounidense Alphabet Inc., que mantiene la especialización de los productos y servicios relacionados con Internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías, y se encarga de ejecutar las configuraciones necesarias para recolectar datos, asociarlos con las empresas de publicidad que a su vez implementan ideológicamente las lógicas, arquetipos y estereotipos culturales.

Poder concentrado y conocimiento desprestigiado

- "La googler" informática, blanca, mujer, competitiva, eficiente, líder, colaborativa, biológicamente no apta para desarrollar grandes aportaciones a la ciencia y la tecnología con la programación. Interesada en las personas y las interfaces.
- Los datos e información de las personas usuarias de los productos y servicios de Google, fuente de riqueza y prestigio de Google.
- Medios de comunicación masiva que amplifican o silencian voces de la ciencia, la tecnología, la política, la economía y la cultura, tendientes a reproducir ideologías hegemónicas a partir de las personas "especialistas".
- Las personas con capacidad adquisitiva para adquirir dispositivos electrónicos sin reconocer las lógicas y gestión de los entornos tecnológicos.
- Hackatones, meet up, encuentro internacional tecnológico o Universidades. No se espera mucho de los resultados de la experimentación, conferencias o mesas de trabajo, son vistas como el medio para reclutar los perfiles deseados de acuerdo a lo que interese a las mega-empresas.

Soberanía colectiva y conocimiento desprestigiado:

- Las tecnociencias feministas.
- La individualidad/colectividad de mujeres que reconocen sus habilidades y capacidades para liderar, colaborar, articular y/o desarrollar tecnologías.
- Participación de momentos de intercambio de aprendizajes y estrategias para liberarse de Google.

Soberanía colectiva y conocimiento de prestigio

- Desarrollo de tecnologías libres, que operan fuera de los estándares y lógicas googlerianas.

- Uso de tecnologías libres.
- Colaboración y testeo de tecnologías libres.
- Investigación participante y publicación de materiales de divulgación.
- Generación, gestión, tránsito o participación de espacios de alfabetización digital crítica, experimentación y auto-aprendizaje.

Conclusiones.

Las tecnologías como herramientas concretas, las contradicciones y las teorías críticas se han encargado de cuestionar las verdades "descubiertas" por la ciencia sobre el índole de la naturaleza, de la humanidad, de la mujer y del sexo. En la historia "la diferencia" ha tenido su lugar especial porque se derivaron subcategorías de "lo raro", "lo exclusivo", "menos que", "valer menos que"; desde las relaciones de poder se redujo a un sinónimo de inferioridad, de lo que no debía incluirse. En nuestra época 'la diferencia' es discursivamente una cualidad inclusiva de la democracia, de la competencia y la libertad.

Las empresas, los espacios "progresistas" y con "compromiso social" comparten estructuras organizacionales que se basan en valores de cooperación, iniciativa, trabajo en equipo, y actitudes propositivas; en muchos de ellos prevalece el mérito y el estatus, la fuerza de las emociones, de actitud, creatividad y pertenencia. Es posible que una persona no consiga ni siquiera un sueldo, pero ser parte del desarrollo de "la tecnología" es muy gratificante porque puede reconocerse "dentro", incluida. No importa que en la realidad muchas personas que se siente desarrolladoras son finalmente usuarias de un sistema preconcebido. No perdamos de vista a quién le beneficia o quiénes le sacan mayor ventaja.

Es así que los imaginarios de los corporativos en Silicon Valley no se quedan en el norte de California donde se ubican geográficamente, sino que se van extendiendo socioculturalmente hasta que no importe donde se ubican espacialmente, sino que importe su omnipresencia y las oportunidades que ofrecen sus productos y lógicas tecnológicas. Googelizarse, por ejemplo, no sólo tiene que ver con usar de manera optimista, abierta y libre la tecnología que desarrollan, sino con imponer expansivamente la idea de funcionamiento de una tecnología, estableciendo así una hegemonía que incluye todo lo que es rentable, marginando y excluyendo todo lo que se resiste a ser corporativizado.

El binarismo inclusión/exclusión es esencialmente complejo. Y es que existen prácticas sociales de distinta índole que producen paradojas inevitables y que se vuelven invisibles cuando no se identifica qué condiciones de inclusión hay en la exclusión y qué condiciones de exclusión existen en la inclusión. Para superar el paradójico relativismo de la inclusión/exclusión es necesario comprender la particularidad y el dinamismo como sus principales cualidades.

Google como mega-empresa con "responsabilidad y compromiso social" se incluye en un modelo empresarial transnacional que para mantener una competencia requiere de una mejora de su productividad y un crecimiento constante; para lograr su expansión requiere concentrar información, prototipar sus desarrollos, corporativizar los servicios y personas que le pueden ser rentables, explotar las tecnologías y alcances discursivos para generar valor/prestigio para sus clientes y poner

valor/prestigio a su negocio. En esta gran cascada de relaciones de poder en la que se encuentra la inclusión/exclusión en cada dimensión, visualicemos a una persona que se ha resistido a “googelizarse” de forma consciente e individual pero que, al entrar a laborar a una institución de alto riesgo con contrato temporal, le condicionan a usar los servicios de Google con sus datos personales porque fue una decisión organizacional. Si decidiese no acatar la persona quedaría excluida de las decisiones organizacionales, pero si acatara en pro de su inclusión laboral, tendría que subordinar sus decisiones sobre su información.

Pensando en el mismo caso, para que la autoinclusión/autoexclusión de Google sea posible, la persona tiene que disponer de las capacidades y habilidades individuales necesarias para identificar tecnologías libres, proveerse o adaptar los medios que se lo permiten -como los dispositivos electrónicos compatibles con software libre- o sea, contar con un nivel de formación con ingresos medios o con vínculos sociales fuertes, diversos y muy activos que le permitan decidir sin que la única opción sea la subordinación. Entonces, quienes no cuentan con los conocimientos, los méritos, la formación, las habilidades, los recursos sociales y las capacidades para identificar y decidir sobre la tecnología que se quiere usar están excluidas de las tecnologías libres pero nunca.¹⁶



16 Ippolita. El lado oscuro de Google, Historia y futuro de la industria de los metadatos. Editorial Virus.

17 Simone de Beauvoir, The second sex, Londres, Penguin, 1972. [Ed. cast.: El segundo sexo, Madrid, Cátedra.]

18 TEZANOS, JOSÉ FÉLIX, “Tendencias de dualización y exclusión social en las sociedades tecnológicas avanzadas. Un marco para el análisis.”, Ed.Sistema, Madrid, 1999.

19 Mascareño A. y Carvajal F. Los distintos rostros de la inclusión y la exclusión.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38800/RVE116Mascareno_es.pdf;sequence=1