

**Economía de la atención y visión maquínica:  
hacia una semiótica asignificante de la imagen<sup>9</sup>**

Claudio Celis Bueno<sup>10</sup>

Recibido: 04/09/2017; Aceptado: 02/10/2017

**Resumen:**

El presente artículo explora la relación entre imagen y poder al interior de lo que se ha llamado la “economía de la atención”. En este nuevo modelo productivo, la atención humana se convierte en un mecanismo tanto de producción de plusvalía como de reproducción de relaciones de poder. Por un lado, la atención humana deviene fuente de información que es capturada y transformada en fuerza productiva. Por otro lado, la atención humana es utilizada como fuente de información estadística sobre una población, contribuyendo a la transición desde una sociedad disciplinar (basada en la individuación del sujeto en la masa) hacia una sociedad de la seguridad o control (basada en el cálculo estadístico y la gubernamentalidad). En este nuevo estadio del capitalismo, en el cual la imagen es producida y procesada algorítmicamente (visión maquínica), las categorías tradicionales para comprender la relación entre imagen y poder resultan insuficientes y requieren ser reconsideradas. Para ello, propongo el concepto de “imagen asignificante”. A partir de un desplazamiento de la metodología no-representacional propuesta por Gilles Deleuze y Félix Guattari hacia el fenómeno de la “visión maquínica” (Virilio), defino un novedoso marco teórico desde donde explicar el rol de la imagen en el capitalismo contemporáneo.

**Palabras clave:** economía de la atención, Deleuze, Guattari, imagen asignificante, poder

**Abstract:**

This article explores the relationship between images and power in the context of what has been called “the attention economy”. In this new productive model, human attention becomes a new mechanism for

---

<sup>9</sup> Una versión preliminar de este texto ha sido presentada como ponencia en el “II Congreso Latinoamericano de Teoría Social y Teoría Política. Horizontes y dilemas del pensamiento contemporáneo en el sur global”, Buenos Aires, agosto 2017.

<sup>10</sup> Profesor e investigador de la Escuela de Cine de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano (Santiago, Chile). Autor de los libros “The Attention Economy: Labour, Time and Power in Cognitive Capitalism” (2016) y “Cine clásico, ideología y auto-conciencia: de Don Quijote a Toy Story” (2009). Doctor en Teoría Crítica por la Universidad de Cardiff (Reino Unido). Investigador de postdoctorado FONDECYT (CONICYT, Chile) con el proyecto “Estética y política del cine de metraje encontrado en la era de la postproducción digital” (2015-2017).

the production of surplus value and the reproduction of power relations. On the one hand, human attention becomes a source of information that is captured and transformed in a productive force. On the other hand, human attention is used as a source of statistical information about a given population, shifting from a disciplinary society (based on the individual) towards a control society (based on statistical analysis and governability). In this new stage of capitalist accumulation in which images are produced and processed algorithmically, the traditional categories used to understand the relationship between power and images become obsolete. This article suggests the concept of “asignifying images” as a way of explaining the relationship between power and images in contemporary capitalism. By displacing Deleuze and Guattari’s non-representational theory to the case of “machinic vision” (Virilio), this article defines an original framework from where to explain the role of images in contemporary capitalism.

**Keywords:** attention economy, Deleuze, Guattari, image, power

### **Resumo:**

Este artigo analisa a relação entre imagem e poder dentro do que tem sido chamado de "economia da atenção". Nesse novo modelo produtivo, a atenção humana torna-se um mecanismo tanto da produção de mais-valia como da reprodução das relações de poder. Por um lado, a atenção humana se torna uma fonte de informação que é capturada e transformada em uma força produtiva. Por outro lado, a atenção humana é usada como uma fonte de informação estatística sobre a população, contribuindo para a transição de uma sociedade disciplinar (com base na individualização do sujeito na massa), para uma sociedade de segurança ou controle (baseado no cálculo estatística e governamentalidade). Nesse novo estágio do capitalismo, no qual a imagem é produzida e processada por algoritmos (visão maquínica), as categorias tradicionais para entender a relação entre imagem e poder são insuficientes e precisam ser reconsideradas. Para isso, proponho o conceito de "imagem a-significante". A partir de um deslocamento da metodologia não representacional proposta por Gilles Deleuze e Félix Guattari para o fenômeno da "visão maquínica" (Virilio), defino um novo arcabouço teórico a partir do qual se explica o papel da imagem no capitalismo contemporâneo.

**Palavras-chave:** economia de atenção, Deleuze, Guattari, imagem a-significante, poder

## **1. Introducción: la economía de la atención**

El concepto de economía de la atención fue forjado por Herbert Simon en 1969. Para Simon, la creciente abundancia de información en la esfera productiva genera una gradual escasez de atención humana. A mayor información disponible, mayor la escasez y mayor el valor de nuestra atención. Con la masificación de los medios de comunicación, en particular del internet, la noción de economía de la atención introducida en 1969 se ha vuelto una categoría central para el análisis económico contemporáneo.

Por una parte, en la literatura del “management” empresarial, la administración de la atención de los trabajadores, expuestos a una cantidad excesiva de estímulos, se torna uno de los problemas clave de la productividad. En este nuevo contexto, el síndrome de déficit atencional se nos presenta como una patología estructural, mientras conceptos como “multi-tasking” y “mindfulness” se convierten en nuevos fetiches para un mundo saturado de información. Por otra parte, nos encontramos con una vasta literatura para “emprendedores”, libros que prometen enseñarnos los secretos para triunfar en esta nueva economía en dónde capturar la atención del otro se transforma en la base de todo éxito económico. Cada sujeto se torna así no sólo en empresario de sí mismo (como bien predijo Foucault respecto al neoliberalismo) sino también en su propio publicista y en su propio asesor de imagen.

Por último, nos encontramos con una no menos proliferante literatura crítica acerca de este nuevo fenómeno. Esta literatura se concentra principalmente en dos aspectos. En primer lugar, se ha propuesto que en este nuevo contexto la atención humana se convierte en un mecanismo de trabajo productivo (que produce valor) y por ende en un nuevo territorio de explotación capitalista. Según autores como Jonathan Beller (2006) y Christian Fuchs (2014), cada vez que revisamos nuestro *Facebook* o realizamos una búsqueda en *Google*, estamos trabajando para estas empresas, quienes capitalizan nuestra atención, convirtiéndola en una mercancía y comercializándola a través de verdaderas “bolsas de comercio de la atención”. Tiziana Terranova (2004; 2012) ha utilizado la categoría de “free labour” para definir este tipo de trabajo no-remunerado que sin embargo produce valor económico (vinculándolo así con la crítica marxista del trabajo no-remunerado de las mujeres en el hogar). Leída de este modo, la economía de la atención nos exige repensar las categorías marxistas de explotación, la distinción entre tiempo de trabajo y tiempo libre, y la distinción entre trabajo productivo y trabajo improductivo.

En segundo lugar, se ha sostenido que la economía de la atención debe ser entendida como un nuevo mecanismo de poder que reemplaza (o al menos complementa) a las antiguas instituciones en la tarea de reproducir las relaciones de producción capitalista. Algunos autores (Poster, 1990; Gandy, 1993; Lyon, 1994) sugieren que el internet se convierte en un “hiper-panóptico” a través del cual la vigilancia e individuación del sujeto en la masa alcanza un grado de máxima eficiencia. Otros autores (Haggerty y Ericson, 2000; Haggerty 2006), en cambio, sugieren que el uso de las redes sociales y las tecnologías digitales como mecanismos de poder deben ser comprendidas desde un marco post-panóptico, mejor expresado por la categoría

de sociedades de control de Gilles Deleuze (1995). Según Matteo Pasquinelli (2015), por ejemplo, la economía de la atención debe ser pensada al interior de una “sociedad de meta-datos” en la cual las tecnologías digitales materializan efectivamente las predicciones hechas por Deleuze respecto al paso desde la disciplina hacia el control.

En términos generales, entonces, la economía de la atención transforma la atención humana en un mecanismo tanto de producción de plusvalía como de reproducción de relaciones de poder. Por un lado, la atención humana deviene fuente de información que es capturada y transformada en fuerza productiva. Por otro lado, la atención humana es utilizada como fuente de información estadística sobre una población, contribuyendo a la transición desde una sociedad disciplinar (basada en la individuación del sujeto en la masa) hacia una sociedad de la seguridad o control (basada en el cálculo estadístico y la gubernamentalidad).

### **2. Hipótesis: hacia una nueva teoría de la imagen y de la información para la economía de la atención**

Ahora bien, en este nuevo estadio del capitalismo, el concepto de imagen sufre cambios fundamentales. En primer lugar, el concepto de espectáculo (Debord, 1995) – utilizado por largo tiempo para pensar el carácter esencialmente visual del capitalismo tardío, gobernado mayoritariamente por la industria cultural (Adorno y Horkheimer, 1998) y los medios de comunicación (McLuhan, 2009) – exige ser reemplazado por un análisis del carácter performativo de la imagen. No se trata ya de preguntar ¿qué significa una imagen?; o ¿qué relaciones reales oculta tras su superficie aparente? Se trata más bien del análisis de los procesos técnicos a través de los cuales la imagen “funciona”. La respuesta a cómo la imagen produce valor económico y cómo reproduce relaciones de poder no puede seguir siendo contestada a través de la dimensión significante. Ya no se trata de un análisis del potencial ideológico de la imagen. Se trata más bien del análisis de las funciones que ejerce la imagen al interior de una determinada máquina social.

En el caso particular de la economía de la atención, la dimensión significante de la imagen es en gran medida reemplazada por una dimensión algorítmica similar a aquello que Paul Virilio (1994) llamó “máquinas de visión”. Estas “máquinas de visión” transforman a la imagen en un vehículo para capturar información en vistas a producir plusvalía económica y en vistas a reproducir determinadas relaciones de poder. Ante esto, las categorías tradicionales de imagen e información (basadas ambas

en una dimensión significante) resultan insuficientes para una teoría que examine la función de estas categorías y requieren por ende ser reconsideradas. Si queremos pensar la relación entre imagen y poder en la era de la economía de la atención, un nuevo marco conceptual que redefina las categorías de imagen e información se nos hace necesario.

Para ello, el presente artículo sugiere la siguiente hipótesis: si queremos comprender el rol político de la mirada en el marco de la economía de la atención, las nociones de imagen e información deben ser pensadas no desde la perspectiva de la significación, sino desde una perspectiva asignificante que se concentre en su carácter performativo. Tanto en el caso de la imagen como en caso de la información se trata de realizar un giro desde la pregunta acerca del significado hacia la pregunta acerca de su performatividad (su eficacia al interior de un proceso técnico). En términos más específicos, propongo una doble operación conceptual: 1) pensar la categoría de imagen a partir del desplazamiento de la categoría de semiótica asignificante de Félix Guattari hacia el campo visual; 2) utilizar el concepto de información de Gilbert Simondon para pensar el rol de la imagen al interior de las nuevas máquinas de visión introducidas por la economía de la atención.

### 3. La imagen asignificante

En un ensayo titulado “Sentido y poder” de 1976, Félix Guattari postula que la reproducción de las relaciones de poder en el capitalismo contemporáneo opera necesariamente a través de la integración de elementos significantes y de elementos asignificantes (1984: 171).<sup>11</sup> La semiótica tradicional se ha limitado al análisis de los fenómenos de sentido, significación y representación, es decir, de aquello que significa algo para alguien (Genosko 2016: 1). Elementos como las señales eléctricas y los códigos binarios, por ejemplo, han sido excluidos de la semiótica tradicional dado que pueden ser computados cuantitativamente, con total indiferencia respecto de su

---

<sup>11</sup> Para Félix Guattari no es posible separar los procesos de significación de las relaciones de poder que los constituyen (1984: 166). Así, el capitalismo se levanta sobre un flujo de signos desterritorializados (dinero, índices económicos, planillas contables, etc.) producidos por “máquinas asignificantes” y que resisten ser interpretados desde el punto de vista de la significación (Guattari, 1984: 171). Al mismo tiempo, el capitalismo utiliza mecanismos de significación para asignar roles a cada individuo y con ello personificar las relaciones abstractas (asignificantes) de poder (Guattari, 1984: 171). Es por esto que el análisis del capitalismo requiere de una metodología híbrida que explore tanto la esfera significante como la asignificante.

contenido particular (Eco, 1976: 20).<sup>12</sup> El concepto de semiótica asignificante introducido por Guattari (1984; 2011) representa uno de los pocos esfuerzos por explorar cómo elementos no-representacionales tales como las señales eléctricas y los códigos binarios devienen mecanismos concretos de poder que aseguran la reproducción de las relaciones sociales en el capitalismo contemporáneo.

Con la reciente publicación de los libros *Signs and Machines* (Lazzarato, 2014) y *Critical Semiotics* (Genosko, 2016), la noción de semiótica asignificante ha vuelto a adquirir notoriedad. Este renovado interés responde en gran medida a la aparición y consolidación de la economía de la atención y de las nuevas formas de poder que este fenómeno implica. Se trata de un nuevo contexto social en el cual la categoría tradicional de ideología como marco normativo es reemplazada por nuevos mecanismos de poder fundados en tecnologías de la información muy cercanos a aquello que Gilles Deleuze (1995) denominó “sociedades de control”. En este nuevo contexto, la noción de semiótica asignificante introducida por Félix Guattari se nos presenta como un aparato conceptual de gran importancia para explicar el rol de las nuevas tecnologías en la reproducción de las relaciones de poder.

De particular valor para pensar el estatuto de la imagen en este nuevo contexto resulta la hipótesis de Maurizio Lazzarato (2014) quien vincula las nociones de semiótica significativa y semiótica asignificante con los dos polos del poder capitalista definidos por Gilles Deleuze y Félix Guattari en su libro *Mil Mesetas* (2002): “sujeción social” y “esclavitud maquínica”. Según estos autores, la reproducción de la sociedad capitalista opera a través de la articulación de dos polos de poder: una esclavitud maquínica que concibe todo contenido particular como el engranaje de una gran máquina social cuya única función es la producción de una plusvalía abstracta; y una sujeción social que reterritorializa los flujos abstractos a través de una subjetividad individual que privatiza tanto la fuerza productiva que sostiene la producción como el deseo que moviliza el consumo (Deleuze y Guattari, 2002: 461).<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> A diferencia de la semiótica, la teoría matemática de la información (Shannon 1948) comprende la comunicación humana desde una perspectiva indiferente al contenido de un mensaje. Para Shannon (1948), la información puede ser reducida al cálculo probabilístico que surge de la traducción de todo símbolo a un código binario. Según Gary Genosko (2014: 13), la teoría matemática de la comunicación constituye el referente primero para el concepto de semiótica asignificante de Félix Guattari. De modo similar, Vilem Flusser utiliza el concepto de información de Shannon para definir la singularidad de una imagen técnica (2015: 42).

<sup>13</sup> Deleuze y Guattari (2002: 461-62) escriben: “Nosotros distinguimos como dos conceptos, la esclavitud maquínica y la sujeción social. Hay esclavitud cuando los hombres son piezas constituyentes de una máquina, que componen entre sí y con otras cosas (animales, herramientas), bajo el control y la dirección de una unidad superior. Y hay sujeción cuando la unidad superior constituye al hombre como un sujeto que remite a un objeto que ha devenido exterior, tanto

Mientras la esclavitud maquínica opera en una dimensión abstracta, desterritorializada y no-representacional, la sujeción social reintroduce a través de la representación una red significativa que personifica e individualiza a cada sujeto (Lazzarato, 2014: 24). A pesar de su carácter heterogéneo, la dimensión pre-individual y molecular de la esclavitud maquínica y la dimensión individual y molar de la sujeción social aparecen como dos polos complementarios que se requieren mutuamente para la reproducción del régimen social capitalista (Deleuze y Guattari, 2002: 463).<sup>14</sup> Como propone Félix Guattari, la sujeción social “compromete personas globales, representaciones subjetivas cómodamente manipulables” (1989: 79). Esto quiere decir que la sujeción social le asigna a cada sujeto una individualidad, una identidad, un género, una profesión, una nacionalidad, etc., y con ello produce y distribuye funciones y roles que personifican la estratificación social capitalista (Lazzarato, 2014: 24). La esclavitud maquínica, por el contrario, no opera a través del individuo. La esclavitud maquínica opera al nivel de códigos desterritorializados y señales no-representacionales en el cual todo contenido singular es reemplazado por un valor abstracto. Esto significa que cada uno de nosotros constituye simultáneamente: a) un engranaje en una gran máquina social cuyo único fin es la reproducción de una plusvalía abstracta y que se mantiene indiferente respecto a todo contenido singular y a toda dimensión significativa (esclavitud maquínica); y b) un sujeto individualizado por el lenguaje y la representación, personificando de este modo una función de la máquina abstracta capitalista (sujeción social).

La originalidad de la tesis de Lazzarato consiste en identificar un vínculo entre las categorías propuestas por Guattari y los dos polos de poder capitalista recién mencionados. De este modo, Lazzarato sostiene que la sujeción social estaría determinada por una semiótica significativa, mientras que la esclavitud maquínica operaría al nivel de una semiótica asignificante (2014: 39). Esto quiere decir que la sujeción social movilizaría un régimen significativo de representaciones destinados a la

---

si ese objeto es un animal, una herramienta, o incluso una máquina: en ese caso el hombre ya no es una componente de la máquina, sino obrero, usuario... , está sujeto a la máquina, y ya no esclavizado por la máquina”.

<sup>14</sup> Según Brian Massumi, la relación entre ambos polos no es una relación armoniosa sino más bien una permanente lucha, un “combate cuerpo a cuerpo entre energías heterogéneas” (1992: 13). Esclavitud maquínica y sujeción social son dos tendencias opuestas que entran permanentemente en conflicto. Esto se debe a que la esclavitud maquínica tiende a la expansión infinita de la máquina abstracta capitalista a través de la desterritorialización de todo código social en vistas a la producción de plusvalía. Con ello, la esclavitud maquínica socava con total irreverencia los mecanismos de reterritorialización que la máquina social debe permanentemente implementar en vistas a perpetuar las relaciones de poder existentes. Esta lucha infranqueable entre estos dos polos heterogéneos determina que el límite del capitalismo sea “el propio capital”, y que su sobrevivencia dependa de su capacidad para “reproducir sus límites immanentes a una escala siempre ampliada, siempre más abarcante” (Deleuze y Guattari, 2004: 247).

constitución de un individuo, mientras que la esclavitud maquínica operaría a través de un régimen asignificante de datos (índices económicos, ecuaciones matemáticas, códigos computacionales, etc.) que no requiere de representaciones ni de sujetos (Lazzarato, 2014: 39). Si aceptamos la hipótesis de Lazzarato, es posible sostener que la semiótica tradicional sólo sirve para explicar el régimen de significación que define a la sujeción social, limitándose a la dimensión representacional en la cual los códigos desterritorializados por la máquina abstracta capitalista son reterritorializados en la forma de sujetos individuales que personifican las funciones de dominación de dicha máquina. Por el contrario, el análisis de un fenómeno tal como la economía de la atención requiere de una metodología “híbrida” capaz de comprender cómo elementos significantes y asignificantes se integran para producir plusvalía así como reproducir las relaciones capitalistas de poder (Lazzarato, 2014: 95).

Lo que sugiero es desplazar el concepto de semiótica asignificante propuesto por Guattari hacia el campo de la imagen y definir de este modo la noción de imagen asignificante como un aparato conceptual capaz de dar cuenta de la dimensión maquínica que define a la imagen y a la mirada en el capitalismo contemporáneo. El objetivo es ofrecer un nuevo marco teórico para comprender la relación entre imagen y poder al interior de la economía de la atención. Como hemos mencionado, tradicionalmente la imagen ha sido comprendida como un mecanismo de reproducción de relaciones de poder desde el punto de vista de la significación. Desde esta perspectiva, la imagen queda reducida al campo de la representación y por ello no juega ningún papel en los aparatos de esclavitud maquínica. Sin embargo, podemos preguntarnos ¿Qué sucede con la categoría de imagen en el contexto de la economía de la atención donde el régimen disciplinar es reemplazado por un régimen de control y esclavitud maquínica?, ¿Cómo podemos pensar el estatuto de la imagen cuando ésta comienza a operar al interior de procesos algorítmicos que no significan sino que funcionan? ¿Cómo pensar la relación entre imagen y poder en este nuevo régimen económico y político en el cual la atención humana deviene territorio de explotación y mecanismo de poder post-disciplinar? La noción de imagen asignificante que aquí propongo constituye un primer paso para reflexionar sobre el rol de la imagen en la reproducción del capitalismo contemporáneo. Para avanzar en la definición de este concepto, sugiero tres modelos.

El primer modelo lo encontramos en el concepto de “imagen operativa” introducido por el cineasta y artista de video Harun Farocki (2015). Para Farocki, una imagen operativa es un tipo particular de imagen que no representa un objeto para su contemplación sino que forma parte activa de una operación técnica (2015: 153). Gran



parte del trabajo filmográfico de Farocki explora las relaciones de poder que determinan la función social de las imágenes operativas. Siguiendo el ejemplo de Farocki podemos decir que la definición de la categoría de imagen asignificante debe considerar las condiciones económicas, políticas y técnicas dentro de las cuales surge (por ejemplo, la economía de la atención) y así desplazar la pregunta desde el significado hacia la performatividad de la imagen.

El segundo modelo lo encontramos en el propio análisis de Deleuze y Guattari respecto a los dos polos del poder contemporáneo: sujeción social y esclavitud maquínica. En *Mil Mesetas*, Deleuze y Guattari ilustran la necesidad de una metodología híbrida (capaz de analizar las dimensiones signifiante y asignifiante del capitalismo contemporáneo) a través del ejemplo de la televisión. Deleuze y Guattari escriben:

se está sujeto a la televisión en tanto que se la utiliza y la consume, en esa situación tan particular de un sujeto de enunciado que se toma más o menos por sujeto de enunciación ('ustedes, queridos telespectadores, que hacen la televisión...'); la máquina técnica es el medio entre dos sujetos. Pero se está esclavizado por la televisión como máquina humana en la medida en que los telespectadores son, ya no consumidores o usuarios, ni siquiera sujetos capaces de 'fabricarla', sino piezas componentes intrínsecas, 'entradas' y 'salidas', feedback o recurrencias, que pertenecen a la máquina y ya no a la manera de producirla o utilizarla. En la esclavitud maquínica sólo hay transformaciones o intercambios de informaciones, de los que unos son mecánicos y otros humanos (2002: 463).

Con este ejemplo de la televisión, Deleuze y Guattari anticipan una teoría crítica de la economía de la atención. Asimismo, anticipan la importancia del concepto de imagen asignificante para una comprensión de los mecanismos contemporáneos de esclavitud maquínica posibilitados por la gradual automatización de la mirada.

Por último, el tercer modelo para pensar la categoría de imagen asignificante lo ofrece Vilem Flusser con su concepto de imagen técnica. Para Flusser (1990), una imagen técnica es una imagen realizada por un aparato (fotografía, cine, video, imagen digital, etc.). La diferencia con la imagen tradicional es que en la imagen técnica la producción de una imagen ya no depende de la facultad de la imaginación de su productor sino de la "imaginación maquínica" del aparato, aquello que Flusser llama la "caja negra" detrás de toda imagen técnica (1990: 19). Este divorcio radical entre la

producción de una imagen y su productor exige repensar la categoría de imaginación desde donde ha sido tradicionalmente pensado el concepto de imagen.

En el sistema filosófico kantiano, la imaginación ocupa un lugar central: es aquella facultad que permite relacionar entre sí las dos fuentes del conocimiento humano, sensibilidad y entendimiento (Kant, 2003: 245). De este modo, la imaginación aparece como la facultad transcendental que permite que una multiplicidad dada a la sensibilidad sea unificada bajo un concepto del entendimiento. Según Adorno y Horkheimer (1998), la industria cultural se caracteriza por una exteriorización industrial (y por ende una reificación) de la facultad de la imaginación. Si la tarea de la imaginación es “referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales”, entonces la homogeneización tanto del proceso productivo como del consumo en masa habría transformado a la facultad de la imaginación en un “servicio al cliente” (Adorno y Horkheimer, 1998: 169). En la industria cultural el consumidor descubre que “no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción” (Adorno y Horkheimer, 1998: 170). Esto genera una “atrofia de la imaginación”, es decir, una atrofia de aquella facultad del sujeto que le permitía conectar imágenes entre sí en vistas a organizar la multiplicidad dada a la percepción (Adorno y Horkheimer, 1998: 171). En palabras de Bernard Stiegler, “la imaginación unificadora sería en cierto modo dejada de lado, eliminada por la industrialización de la cultura que literalmente embrutece a sus clientes-sujetos y que aliena de la forma más radicalmente posible al libre sujeto de la razón” (2004: 59).

Con la emergencia de una visión maquínica en la actual economía de la atención, el trabajo de síntesis de elementos heterogéneos ya no descansa en la facultad de la imaginación sino que es realizado por procesos algorítmicos. Tal como la facultad de la imaginación sostiene la producción de imágenes pre-técnicas, de igual modo sería posible sostener que la producción de imágenes asignificantes se sostiene sobre una imaginación “maquínica” e “asignificante”. Más aún, la noción de imagen técnica exige repensar la categoría misma de información. Según Flusser, la imagen técnica ya no puede ser analizada desde la perspectiva de lo verdadero o lo falso (la adecuación entre lo representado y lo real). Se trata, en cambio, de una reflexión acerca del carácter informativo de la imagen, es decir, del análisis del carácter probable o improbable de lo capturado por la imaginación maquínica del aparato.

#### **4. El concepto de información**

Siguiendo la hipótesis de Flusser es posible sostener que la economía de la atención exige redefinir la noción de información. Si aceptamos que en este nuevo estadio del capitalismo la imagen se convierte en un dispositivo que genera información en vistas a la producción de plusvalía y a la reproducción de determinadas relaciones de poder (Celis, 2016), entonces se requiere una definición no-representacional no sólo del concepto de imagen sino también de la categoría de información. La teoría matemática de la comunicación de Claude Shannon (1948) ofrece el punto de partida para una teoría no-representacional de la información. A partir de un análisis de los sistemas telefónicos Shannon propuso que la cantidad de información de un mensaje está determinada por la cantidad de elementos no-redundantes, es decir, elementos poco probables que lo componen. Desde esta perspectiva, la cantidad de información no es en ningún sentido pensada en términos del contenido del mensaje, sino a partir del cálculo estadístico de elementos improbables que resisten a la entropía (la tendencia hacia la redundancia). Siguiendo a Shannon, Vilem Flusser ha utilizado la teoría matemática de la comunicación para definir el concepto de información producido por la imagen técnica (2015: 42). Para Flusser, una imagen técnica es una imagen producida por un aparato y no por la agencia de una mano y una imaginación humanas. Estas imágenes no comunican un mensaje, sino que reflejan el efecto de una determinada operación técnica (la reacción de las partículas de plata ante la luz, por ejemplo). Las imágenes técnicas, por ende, son informativas en la medida en que producen una combinación de partículas poco probable estadísticamente (no-redundantes).

Ahora bien, para los fines del presente artículo será el trabajo de Gilbert Simondon (2014; 2016) el cual provea el marco principal para redefinir una categoría no-representacional de información capaz de explicar el estatuto asignificante de la imagen en la economía de la atención. Para Simondon, la información “no es una cosa, sino la operación de una cosa que llega a un sistema y que produce allí una transformación” (2016: 139). La información, agrega Simondon, “no puede definirse más allá de este acto de incidencia transformadora y de la operación de recepción” (2016: 139). Ahora bien, la función de información es la modificación de una realidad local (un cambio de estado) a partir de una señal incidente (Simondon, 2016: 140). Asimismo, un receptor de información es virtualmente “toda realidad que no posee enteramente por sí misma la determinación del curso de su devenir” (Simondon, 2016: 140). En el caso de la economía de la atención, la información es utilizada para modificar una realidad local (sea ésta la aceleración de la producción de mercancías o la realización de su plusvalía en el mercado). A su vez, dicha realidad funciona como

un sistema meta-estable, es decir, se encuentra en aparente equilibrio pero es susceptible a la información exterior que gatilla en ella modificaciones reales.

Más aún, el concepto de información de Simondon puede ser utilizado para iluminar el concepto de imagen asignificante que opera al interior de la economía de la atención y que hemos revisado más arriba. Hemos mencionado que una imagen asignificante no debe ser interpretada desde el punto de vista de la significación sino de su función. Al igual que la categoría de información propuesta por Simondon, la imagen asignificante no debe ser pensada como una cosa (una entidad), sino a partir de la función que dicha imagen ejecuta al interior de un determinado sistema (su performatividad). Como hemos dicho, la imagen asignificante no significa, funciona. Desde esta perspectiva, podríamos sostener que la función de la imagen al interior de la economía de la atención es servir de vehículo de información: la economía de la atención automatiza el consumo de imágenes, transformando la mirada en una determinada fuente de información que gatilla la modificación de un determinado sistema meta-estable. Con ello acelera la producción y realización de plusvalía y perfecciona los mecanismos de esclavitud maquínica que caracterizan a las sociedades de control. La comprensión de la economía de la atención requiere de un análisis asignificante tanto de la categoría de imagen como de la categoría de información. Solo de este modo podemos avanzar en una mejor comprensión de los mecanismos de reproducción propios del capitalismo contemporáneo.

### 5. Conclusión

A modo de conclusión simplemente revisemos lo expuesto hasta aquí. Se ha sugerido, en primer lugar, que habitamos un nuevo estadio de producción capitalista al cual podemos definir con el concepto de economía de la atención. En este contexto, la atención humana es transformada en fuente de información que es utilizada para acelerar la producción de plusvalía económica y para perfeccionar los mecanismos de esclavitud maquínica propios de la sociedad de control. En segundo lugar, se ha planteado que para comprender la relación entre imagen y poder al interior de la economía de la atención es necesario redefinir la categoría misma de imagen. Para ello se ha sugerido un desplazamiento del concepto de semiótica asignificante hacia el territorio de la imagen para pensar su estatuto más allá de la dimensión significante. El objetivo principal es comprender la imagen desde la pregunta acerca de su performatividad (y no acerca de su significado). Por último, se ha sugerido que la

economía de la atención exige repensar el concepto de información. Para ello se ha utilizado principalmente la noción de información propuesta por Gilbert Simondon. Al igual que con la categoría de imagen asignificante, se trata de pensar la información no desde una perspectiva “contenidista” sino desde la perspectiva de su funcionamiento al interior de un sistema meta-estable. Con todo lo anterior se han intentado bosquejar los primeros pasos para avanzar en la comprensión de la compleja relación entre visualidad y poder que define al capitalismo contemporáneo.

## Referencias.

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Beller, J. (2006). *The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle*. New Hampshire: University Press of New England.
- Celis, C. (2016). *The Attention Economy: Labour, Time, and Power in Cognitive Capitalism*. London: Rowman & Littlefield.
- Crary, J. (1991). *Techniques of the Observer: on vision and modernity in the nineteenth century*. Cambridge: MIT Press.
- Crary, J. (2001). *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle, and Modern Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Santiago: Naufragio.
- Deleuze, G. (1995). *Negotiations 1972-1990*. New York: Columbia University Press.
- Deleuze, G; y Guattari, F. (2002). *Mil Mesetas: Capitalismo y Esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos.
- Deleuze, G., y Guattari, F. (2004). *Anti-Oedipus: Capitalism & Schizophrenia*. New York, London: Continuum.
- Farocki, H. (2015). *Desconfiar de las imágenes*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. México: Editorial Trillas.

- Flusser, V. (2015). *El universo de las imágenes técnicas: Elogio de la superficialidad*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Flusser, V. (2016). *Vilem Flusser y la cultura de la imagen: Textos escogidos*. Valdivia: Ediciones UACH.
- Foucault, M. (1995). *Discipline & Punish: The Birth of the Prison*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. New York, London: Routledge.
- Fuchs, C., y Seignani, C. (2013). "What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media?", *Triple C: Communication, capitalism & critique*, 11 (2), 237-293.
- Gandy, O. (1993). *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*. Boulder, CO: Westview Press.
- Genosko, G. (2008). "A-signifying Semiotics", *The Public Journal of Semiotics*, 2 (1), 11-21.
- Genosko, G. (2014). "Information and asignification", *FOOTPRINT*, 8 (1), 13-28.
- Genosko, G. (2016). *Critical Semiotics: Theory, From Information to Affect*. London, New York: Bloomsbury
- Guattari, F. (1984). *Molecular Revolution: Psychiatry and Politics*. New York: Penguin.
- Guattari, F. (1989). *Cartografías del deseo*. Santiago: Francisco Zegers Editor.
- Guattari, F. (2009). "Capital as the Integral of Power Formations", *Soft Subversions* (editado por S. Lotringer), 244-265. Los Angeles, CA: Semiotext(e).
- Haggerty, K. (2006). "Tear down the walls: on demolishing the panopticon", en *Theorizing Surveillance: The Panopticon and beyond*, editado por D. Lyon. Devon: William Publishing.
- Haggerty, K., y Ericson, R. (2000). "The surveillant assemblage", *British Journal of Sociology*, 51 (4), 605-622.

- Lazzarato, M. (2014). *Signs and Machines: Capitalism and the production of subjectivity*. California: Semiotext(e).
- Lyon, D. (2004). *The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Massumi, B. (1992). *A User's Guide to Capitalism and Schizophrenia: Deviations from Deleuze and Guattari*. Cambridge (MA): The MIT Press.
- McLuhan, M. (2009) *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Pasquinelli, M. (2015). "Italian Operaismo and the Information Machine", *Theory, Culture & Society*, 32 (3), 49-68.
- Poster, M. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity Press.
- Shannon, C. (1948) "A Mathematical Theory of Communication", *Bell System Technical Journal*, 27, 379-423.
- Simon, H. A. (1969). *Designing organizations for an information-rich world*.
- Simondon, G. (2007). *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Simondon, G. (2014). *La individuación a la luz de las nociones de forma y de información*. Buenos Aires: Editorial Cactus.
- Simondon, G. (2016). *Comunicación e Información*. Buenos Aires: Editorial Cactus.
- Stiegler, B. (2004). *La técnica y el tiempo 3: El tiempo del cine y la cuestión del malestar*. Hiru.
- Terranova, T. (2004). *Network culture: politics for the information age*. London: Pluto Press.
- Terranova, T. (2012). "Attention, Economy, and the Brain", *Culture Machine*, 13.
- Virilio, Paul. (1994). *The Vision Machine*. Indianapolis: Indiana University Press.