
Thomas Berns enseña filosofía política y filosofía del Renacimiento en la Université libre de Bruxelles. Filósofo de la política, las leyes y las normas en sentido amplio, es autor, entre otras obras, de *Gouverner sans gouverner*. *Une archéologie politique de la statistique* (PUF, 2009), *Du courage. Une histoire philosophique* (Éditions des Belles Lettres, 2010) y *La guerre des philosophes* (PUF, 2019). Su trabajo actual se centra en las nuevas formas de normatividad.

Contact: thomas.berns@ulb.be

LOS SECRETOS DE LA TRANSPARENCIA: EL EJEMPLO DEL BUSCADOR *

Thomas Berns

Université Libre de Bruxelles

THE SECRETS OF TRANSPARENCY: THE SEARCH ENGINE EXAMPLE

Resumen

Este artículo muestra los vínculos paradójicos entre la transparencia y el secreto, utilizando el ejemplo del motor de búsqueda y, más ampliamente, la aparición de nuevas formas de normatividad, incluidas las de carácter técnico, que se analizan desde el punto de vista de su diferencia con la normatividad jurídica. Al hacerlo, también se pone de relieve el peligro de diluir el principio de publicidad en la idea de transparencia.

Este artículo muestra los vínculos paradójicos entre la transparencia y el secreto, utilizando como ejemplo el motor de búsqueda y, más ampliamente, la emergencia de nuevas formas de normatividad, incluidas aquellas de naturaleza técnica, que se analizan desde la perspectiva de su diferencia con la normatividad jurídica. Al hacerlo, también se destaca el peligro de diluir el principio de publicidad en la idea de transparencia.

Palabras clave

motor de búsqueda; secreto; normatividad; tecnología; transparencia; derecho

* Este trabajo es fruto de un proyecto de investigación desarrollado en el Département d'enseignement de Philosophie, Éthique et Sciences des Religions et de la Laïcité (PHILO), Université libre de Bruxelles. Este artículo retoma algunos análisis ya esbozados en el contexto de una entrevista publicada en la Revue "Rue Descartes", 98, 2020/2 dedicado a *Politique(s) du secret*, así como en Berns y Reigeluth, *Éthique de la communication et de l'information: une initiation philosophique en contexte technologique avancé*, Presses universitaires de Bruxelles, 2021.

Abstract

This article shows the paradoxical links between transparency and secrecy, using the example of the search engine and, more broadly, the emergence of new forms of normativity, including those of a technical nature, which are analysed from the point of view of their difference from legal normativity. In so doing, the danger of diluting the principle of publicity in the idea of transparency is also highlighted.

Keywords

Search Engine; Secret; Normativity; Technology; Transparency, Law

Los siguientes desarrollos se inscriben en el campo de la filosofía política y no en el de la filosofía de la tecnología. Si bien se reconoce el carácter político y no neutral de la técnica, siguiendo a Langdon Winner (1980) en su obra "Do artifacts have politics?", no se busca exigir transparencia ni determinar las condiciones de la misma. Más bien, se pretende cuestionar nuestra actualidad política desde la relación entre tecnología, secreto y transparencia, especialmente en lo que respecta a la disponibilidad de tecnología.

El objetivo, por tanto, es convertir el secreto, o más generalmente, la discreción, en una condición (en el sentido más fuerte del término) de la transparencia. Esto no implica que el secreto funcione simplemente como una contracorriente que resiste a la transparencia, desde la cual podríamos imaginar, al menos en teoría, un eventual desvelamiento. Más bien, se sostiene que este secreto nunca deja de secretar en transparencia, que puede analizarse como una secreción¹, como la expresión de ese secreto: tanto el secreto asegura la transparencia como la transparencia revela el secreto (de manera secreta).

El ángulo filosófico-político adoptado sigue en gran medida los pasos de Michel Foucault, ampliando el espectro de la política para considerar la multiplicidad de materialidades, incluidas las materialidades técnicas, que organizan las relaciones de poder más allá del único punto de vista que ofrece el principio de soberanía y su expresión en el derecho. Esta multiplicidad de dispositivos normativos, que abarca desde la ley hasta los dispositivos técnicos, define mi objeto, y esto:

- Para que la normatividad jurídica y la normatividad de los dispositivos técnicos queden más claras mutuamente, es necesario confrontarlas, analizar² su rivalidad y sus diferencias en cuanto a su poder respectivo y a las posibilidades de subjetivación de aquellos a quienes preocupan estos diferentes tipos de normatividad.
- Mostrar parte de nuestra dificultad para pensar una política técnica, que incluye considerar procesos de subjetivación política acordes con los dispositivos técnicos que nos gobiernan, resulta una y otra vez, a pesar de Foucault, en un enfoque sobre la norma jurídica y soberana.
- Arrojar luz sobre la especificidad de una situación de competencia normativa implica comprender que la evolución más reciente del mercado capitalista consiste en la creación de un mercado de estándares.

¹ Como tal, es una modalidad de secreto y de "contar el secreto" lo que propongo aquí, junto con las tres modalidades de secreto (y del decir que le es inmanente) identificado en las páginas de Deleuze y Guattari, 1980, p 350-355.

² Es importante para mí precisar que el enfrentamiento en cuestión también me permite arrojar luz sobre ciertos aspectos de normatividad jurídica que su competencia revela y que, por tanto, ya no residen en su exclusiva soberanía.

- Y, finalmente, para darme la oportunidad de identificar lo que me importa (y lo que, en general, en adelante faltaría en el campo normativo), en la normatividad jurídica, más alejado de su dependencia del principio de soberanía.

Al hacerlo, tomará forma el vínculo paradójico entre secreto y transparencia. Este se mostrará a través de una comparación entre las nuevas normatividades, así como entre otras técnicas y la normatividad jurídica, y, más en general, mediante la comparación entre un régimen de transparencia y un régimen de publicidad.

1. El secreto del buscador

Mi punto de partida no es muy original, y no oculto que tal vez se haya convertido en demasiado “noble” para seguir siendo perfectamente representativo del campo de las nuevas normatividades que deseo iluminar sobre su base; sin embargo, al menos todavía es localizable e identificable. Este punto de partida es el motor de búsqueda y, más precisamente, el secreto que protege los algoritmos que lo hacen funcionar. El poder de la actividad normativa en el trabajo de este sistema es difícil de cuestionar: permite, ni más ni menos, organizar y priorizar la visibilidad de los diferentes seres y sus actividades, condicionando así el acceso que tenemos a ellos. Tal actividad de clasificación y priorización es tan necesaria, dada la masa de información que nutre el espacio de comunicación. En este sentido, podemos considerar que el motor de búsqueda, con el apoyo de su estructura secreta, constituye el principio de organización del espacio público o de comunicación expandido, participando así este mismo buscador tanto en la expansión como en la determinación de dicho espacio público³.

Lo cierto es que el sistema que permite garantizar esta priorización de la visibilidad es, en sí mismo, invisible o, más precisamente, secreto, ya que la serie de algoritmos que sustentan el funcionamiento del motor de búsqueda está objetivamente protegida por secretos comerciales. Ciertamente, parte de este sistema (*PageRank*) es conocido⁴, es decir, está protegido por una patente, con las exclusividades que ello conlleva; sin embargo, este algoritmo patentado forma parte de una suite de algoritmos más amplios, cuyo conocimiento es exclusivo de la empresa Google y que también son escalables. En definitiva, los criterios de priorización o visibilidad de lo que parece ser el nuevo espacio público así ampliado no son objeto de debate público y, tal vez, no puedan serlo.

³ Utilizo aquí provisionalmente este término de espacio público o comunicacional ampliado: los desarrollos posteriormente propuestos deconstruyen en gran medida la posibilidad de que efectivamente sea un espacio público y comunicacional.

⁴ Basado en enlaces entrantes a páginas clasificadas; la autoridad de las fuentes de estos enlaces entrantes es, en sí misma, tomada en cuenta.

A estas alturas, ya podemos intentar identificar las justificaciones de esta situación. Por justificaciones, entendemos, al mismo tiempo y sin querer distinguirlas claramente, los principios que sustentan este dispositivo que mezcla secreto y organización del espacio de la comunicación, los fines que pretende alcanzar y los efectos que produce. Mi postura, al no ser especialista en ética, me lleva a negarme a distinguir estrictamente estos tres niveles de justificación, así como los ángulos deontológicos o consecuencialistas que deberían considerarse en relación con estos diferentes niveles de justificación. Sin negar este tipo de diferencias, prefiero referirme a ellos desde una perspectiva dinámica que los yuxtapone y va más allá, a partir de un análisis que, repito, se centra en el carácter global de la normatividad en vigor.

Por supuesto, primero podemos invocar principios relacionados con la libertad del espíritu empresarial, la propiedad y la competencia no distorsionada, y considerar que el sistema del secreto analizado asegura la rentabilidad de los actores que llevan a cabo la misión de organizar el espacio público más amplio. Es posible ampliar la profundidad de dicho análisis, centrado en los intereses económicos de los actores, teniendo en cuenta que este sistema de secreto garantiza una situación de relativo equilibrio entre los intereses de carácter publicitario en beneficio de la empresa y el uso gratuito del motor de búsqueda por parte de los usuarios. La naturaleza dirigida de los anuncios, basada en los historiales de navegación de los usuarios, puede considerarse interesante para ambas partes. Sin embargo, el límite estricto interno de tal situación de equilibrio aparece en la creación de situaciones monopolistas alimentadas por el mercado así organizado⁵.

Sin embargo, también podemos invocar argumentos más generosos si consideramos que este sistema de secreto tiene como objetivo garantizar globalmente y en un solo movimiento la calidad de la actividad comunicativa de los editores y la posibilidad de su correcta priorización, sin interferencias negativas entre estas dos necesidades. En este caso, podría aparecer un rayo de justificaciones que se articularán a nivel ético en una dirección habermasiana o kantiana: el principio de la meta-coordinación de la visibilidad debería necesariamente mantenerse en secreto para producir la organización más justa y natural del espacio de comunicación, más allá de las simples cuestiones de rentabilidad. Para que esta meta-coordinación funcione de manera óptima, de hecho, es necesario que el comportamiento de aquellos a quienes las coordenadas (editores) son espontáneas y naturales, y no estratégicas ni concertadas, dependiendo del principio que los clasificará. El secreto es, pues, la garantía del carácter natural de comportamientos que no están ni pueden estar

⁵ Sería útil releer aquí las páginas donde Vladimir Ilich Lenin, al exigir su supresión, mantiene en secreto comercial una de las principales bases del gran capital (*La catástrofe que nos amenaza y como luchar contra ella*, 1917).

enteramente impulsados por el proyecto estratégico (Cardón, 2010). ¡El ideal habermasiano ampliado, concretamente por la tecnología, exigiría secreto en su corazón!

Finalmente, también podemos razonar, esta vez lo más cerca posible de la técnica (en el sentido de los Estudios de Ciencia y Tecnología), considerando que las mediaciones técnicas que organizan un espacio continuo de transparencia, donde los límites entre lo público y lo privado desaparecen, exigen ser transparentes. Sin embargo, esta transparencia debe entenderse en el sentido de que el vidrio es transparente, es decir, en el sentido de ser invisible, imperceptible o insensible, para interferir lo menos posible en esta misma mediación. Esto hace visible la necesidad de organizar esta visibilidad. Observamos cuánto una transparencia así entendida, que debe alcanzarse a nivel de diseño, no es incompatible con una estructura secreta, en el sentido de que el secreto es el de la transparencia, incluso cuando continúa apareciendo ante nuestros ojos y en nuestros usos más repetidos.

2. Transparencia *versus* publicidad

Me gustaría ir más allá de estas tres posturas, sin oponerme ni oponerlos mutuamente, para tratar de revelar una justificación o un efecto aún más radical del sistema de secreto vinculado al motor de búsqueda. Este hecho produce un debilitamiento de las posibilidades de subjetivación de los diferentes sujetos (editores y usuarios del buscador) que rige⁶. El secreto o discreción de las mediaciones, paradójicamente, son constitutivas de un nuevo régimen de gobierno a través de la transparencia, que tiene su origen en la evitación de temas, con el consiguiente debilitamiento de los procesos de subjetivación que de él se derivan. Para que esto sea evidente, es apropiado.

Analizar en paralelo la idea de “transparencia” y el principio de “publicidad” es fundamental, ya que a menudo tienden a confundirse en los discursos mediáticos, críticos o académicos. Es importante distinguir entre ambos conceptos, recordando la especificidad de la publicidad en relación con una serie de aspectos que produce la noción de transparencia, así como el contenido preceptivo que esta última conlleva.

La diferencia entre ambos puede entenderse en gran medida por la naturaleza limitada⁷ de la primera y la ilimitación que se asocia con la segunda. La publicidad, en su

⁶ Así como ya he podido demostrar que este debilitamiento estaba en el corazón de la gubernamentalidad algorítmica (Berns y Rouvroy, 2013), las nuevas prácticas estadísticas a través de las cuales somos cada vez más gobernados (cuyo motor de búsqueda es la crema) esencialmente encuentran su poder (en cierto modo contraintuitivo en relación con la personalización extrema de las normas) en el hecho de evitar sujetos, de evitar cualquier forma de fricción con los sujetos, debilitando así cualquier posibilidad de convertirse en sujeto, y esto, acompañándose de un mito de la objetividad.

⁷ En cuanto a este carácter limitado de la publicidad, recordemos ya que en Kant (ya sea mediante el criterio de pensamiento expandido en Kant 1993, §40, Vrin, p. 128, o mediante la forma de publicidad en su texto en la *Paix perpétuelle*, Kant 1991, p. 124-125 y 130) es siempre objeto de un ejercicio específico: como tal, es limitado y depende de su verificación por la razón, por muy monológica que esta pueda ser.

sentido más estricto, implica la difusión de información específica de manera que sea accesible a un público determinado, mientras que la transparencia sugiere una apertura más amplia y un acceso irrestricto a la información, que puede abarcar no solo la divulgación de datos, sino también el entendimiento de los procesos que los generan.

- La transparencia impulsaría el proyecto de establecer una *visibilidad continua* en relación con las personas reales, o incluso sobre el conjunto de la realidad en general (considerada en sí misma como masa de datos), a diferencia del principio de publicidad, que es esencialmente limitado y se refiere a actos determinados, establecidos como públicos por la ley. En este sentido, la publicidad esconde un significado político y siempre encuentra su opuesto en la creación o el respeto a los espacios de secreto, libertad de pensamiento y vida privada. La publicidad, por lo tanto, conserva una relación distintiva con lo privado (una distinción ignorada por la transparencia) y no es ilimitada en su alcance y aplicación.
- A un nivel más instrumental, las políticas de transparencia forman parte de una relación de diferencia, e incluso de *rivalidad, con respecto al derecho* en general y a las herramientas de oferta. La transparencia nos permite actuar sin eludir la ley, apoyándonos en otros tipos de normas que la norma legal (ver más abajo), las cuales siempre están en la base de un régimen publicitario.
- En cuanto a sus *efectos políticos*, podríamos afirmar que la transparencia no abre, desde la perspectiva del control y, por ende, de una ampliación del espacio de decisión, sino que más bien conduce a la dilución de este, e incluso de cualquier perspectiva de la acción política; es decir, a la dilución de la acción y de la decisión *en lo social* y en la realidad.

Sobre estas tres bases, podríamos entender la evolución de las prácticas normativas contemporáneas, incluidas las normatividades técnicas, partiendo de la idea de que se implementan cada vez más a nivel global, alejándose del modelo definido por la normatividad legal (la ley). Esto alimenta una relación de inmanencia con la realidad, como si bastara con expresar esta idea. De esta manera, actúa su poder normativo. Así, pasaremos de la concepción de que gobernar concierne a la realidad, en el sentido de que gobernar es, ante todo, gobernar *la* realidad, hacia la idea de que la realidad es aquello *desde* lo que se gobierna.

3. Gobernar desde la realidad

Podemos identificar tres grandes gestos “primarios” a partir de los cuales se estructuran la mayoría de los sistemas normativos contemporáneos. Estos tres gestos demuestran una preocupación por expresar la realidad y se manifiestan en diversos grados en la

acción del buscador: *definir la realidad* (cuyos ejemplos más obvios son instituciones como ISO o DSM)⁸; *informe sobre la realidad* (esto incluye todas las posibilidades de evaluación, clasificación, intercambio de buenas prácticas, etc.); y *dar una expresión estadística de la realidad*. Queda claro que estos tres gestos, en su aparente moderación, solo alimentan la hipertrofia gubernamental y eliminan cualquier posibilidad de frenarla. Permiten gobernar *infinitamente*, en ambos sentidos del término: por un lado, gobernar consiste en seguir la realidad sin que parezca querer darle una forma específica; por otro lado, gobernar puede ser, por lo tanto, un proceso incesante.

Esta evolución normativa confirma y radicaliza el análisis foucaultiano, es decir, la exigencia de una microfísica del poder que llame la atención sobre el hecho de que el poder se ejerce en lugar de ser una propiedad soberana, que se despliega de manera múltiple y heterogénea en lugar de estar representado de manera unitaria, actuando de manera inmanente más que trascendente en relación con lo que concierne y, finalmente, que hace algo en lugar de reprimir y bloquear la conducta (con, por tanto, la pretensión de una mayor eficiencia en comparación con el estándar legal). Además de estos logros fundamentales del pensamiento foucaultiano sobre el poder, debemos tomar nota de una serie de otras cualidades inherentes al poder que se despliega a través de nuevas normatividades, lo cual nos aleja de la representación del poder basada en el modelo de la ley. Las nuevas normatividades, que tienen en común el llamado a la transparencia que, a cambio, les infunde virtud, testifican:

- Una reconciliación efectiva entre el personaje serializador (dirigido al todo, a la población) e individualizador (dirigido a cada persona en su singularidad) debe abordar la tensión que la ley siempre enfrenta en la falta de evidencia de su encuentro. El buscador se erige como la consagración ejemplar de tal reconciliación, hasta el punto de volverse propiamente insensible y suavizar la diferencia entre estas dos caras del poder.
- Una continuidad de la acción normativa contrasta con la naturaleza esporádica de la acción de la ley. Esta continuidad también depende de la adaptabilidad de la norma, ya que la acción esporádica del derecho se fundamenta en una norma concebida para su permanencia. Esta continuidad se relaciona, además, con una tendencia hacia la expansividad de la norma, que se vuelve conquistadora, siempre abierta a nuevas poblaciones y nuevos usos, donde la ley debe contar con un campo de acción debidamente delimitado.

⁸ Esta actividad de definir la realidad misma debe, me parece, distinguirse radicalmente de la actividad de calificación propia de la ley, que tiene carácter convencional y estrictamente interna a la ley, no ocultando no su contenido ficticio.

- La posible distancia del nuevo espacio normativo respecto al registro discursivo y la narrativa que caracterizaba a la ley, así como la relación que establecemos con ella, es notable. No solo el derecho es intrínseca y explícitamente discursivo, sino que, sobre todo, supone y se desarrolla aguas arriba (en debates parlamentarios o debates activistas) y aguas abajo (en el juicio legal) un despliegue narrativo. Las normas complican ahora este vínculo con lo discursivo y la narrativa: ¿es un algoritmo un discurso? ¿No es paradójicamente el deber de definir⁹ previamente todas las palabras que utilizamos un signo de salida del régimen de discursividad? ¿No son el debate sobre las normas y su calvario en un espacio como el del juicio lo que actualmente falta en el nuevo campo normativo?

4. Consecuencias para la cuestión de la transparencia técnica

Sobre la base de tal dilución de la publicidad en transparencia y de tal evolución de la naturaleza de la normatividad, podemos extraer tres consecuencias principales que radicalizan aún más la oposición que trazamos entre las nuevas normatividades y la normatividad jurídica.

- Cuando el registro jurídico ha desarrollado modalidades precisas para cuestionar la legitimidad de sus acciones a partir de lo que establece o instituye como su momento “original” (la promulgación de la ley, con la publicidad que requiere, la investigación de sus fuentes, etc.), las nuevas normatividades, por el contrario, brillan por su ausencia de preocupación por su momento de origen o institución. Están presentes y actúan independientemente de cualquier comienzo, de cualquier afirmación de un origen, de cualquier establecimiento de una fuente, y su poder no disminuye, sino que se ve reforzado¹⁰. Notemos inmediatamente que la preocupación por el origen que definiría el *ethos* legal significa, sobre todo, la capacidad de establecer o incluso ficcionalizar sus orígenes; de modo que la fuente de un derecho no es su origen, sino que siempre está establecida por él (Goltzberg, 2013). No se trata en absoluto de una obsesión por un vino puro y dado: es por esta razón que la discursividad le es esencial. Desde el

⁹ Posibilidad que no termina, ni mucho menos, abordando una cuestión que no presupone sustancializar lo discursivo. En mi opinión, esto solo está atestiguado por las cadenas de portadas y repeticiones en la alteración que da origen y que cualquier norma y cualquier enunciado permite, pero que a estas alturas parecen faltar en el nuevo régimen normativo descrito.

¹⁰ Al menos en este sentido, el motor de búsqueda es un ejemplo más complejo e híbrido que la realidad general que describo en base a esto: de hecho, todavía podemos considerar que el *PageRank* define una especie de forma original, cuyo espíritu sigue actuando en el buscador (al igual que una de las modalidades del informe que el origen jurídico es el del espíritu de la ley).

origen, no está simplemente dado ni disponible; debe darse a uno mismo. Definitivamente, el derecho es un arte, un arte que crea ficción.

- Cuando el registro legal incluya la posibilidad de desobediencia hasta el punto de prever e identificar las condiciones y sanciones dentro de la propia ley, las nuevas normatividades no solo no contemplan tal posibilidad, sino que incluso podemos afirmar que hacen imposible la desobediencia. Si las normas se presentan ahora como aquello que emerge de la realidad, y más aún, de la realidad más específica a la que la norma apunta, entonces desobedecer se vuelve esquizofrénico. Sin embargo, en sentido estricto, la obediencia también se ve comprometida: se vuelve narcisista. ¿Con qué se puede reemplazar este registro de obediencia y desobediencia? Algo parecido a “seguir”: esta es, en cualquier caso, la cuestión que debe abordarse para poder determinar las modalidades de resistencia adecuadas.
- Finalmente, y sobre todo, donde la norma jurídica es pensada en su visibilidad —se publica, está clasificada en códigos, nadie debe ignorarlo, incluso su desobediencia debe ser sancionada públicamente, etc.— las nuevas normas son fundamentalmente discretas, incluso invisibles: una norma eficaz es aquella que ni siquiera aparece (y, como tal, esencialmente escapa al debate).

Me parece que, si quisiéramos considerar una transparencia del objeto técnico que lo inscribe en el debate político, esta transparencia —que, sin duda, sería más bien su publicidad y que podría desarrollarse en forma de exigencia de explicabilidad de las normas técnicas— debemos inspirarnos, aunque esto signifique reinterpretarlos, en estos tres aspectos fundamentales propios del ámbito jurídico: la preocupación por el origen, entendido como el momento de la institución; la posibilidad de desobediencia; y la visibilidad¹¹.

Sin embargo, la eficacia de las nuevas normatividades, incluidas las técnicas, se logra en su invisibilización, que no es más que la combinación de las características ya enumeradas: inmanencia, continuidad, no discursividad, dilución del origen y ausencia de posibilidad de desobediencia. Esto es lo que transmite de manera ejemplar la literatura de la Comisión de la Unión Europea: “La mayoría de los bienes y servicios que tenemos hoy son sujetos a normas de las que generalmente no nos damos cuenta. Como fuerzas invisibles, las normas aseguran el buen orden de las cosas”¹². Sobre todo, esto es lo que

¹¹ Y sobre esta base (volviendo a leer este artículo), veríamos entonces la “complicada” perfecta insensibilidad de la transición del nivel serializador al nivel individualizador; presentaríamos discontinuidad en la norma y frenar su expansividad; produciríamos un retorno de la norma en el campo discursivo.

¹² Comunicación de la Comisión al Consejo Europeo, *Integración de los aspectos medioambientales en normalización europea*.

debe ser absolutamente cuestionado en relación con uno de los dispositivos contemporáneos más ambiciosos y centrales, es decir, el motor de búsqueda, que refuerza o incluso establece su invisibilidad a través del secreto.

5. ¿Un mercado de estándares o un verdadero pluralismo normativo?

El panorama normativo que hemos delineado presenta, en el fondo, una tensión entre una normatividad que encuentra su modelo en la ley (y que es concebida según este modelo, es decir, aún más profundamente, que es objeto de un pensamiento y de una tradición) y nuevas normatividades que se emancipan de este modelo y se legitiman por su vínculo con la realidad. Este escenario surge, quizás, como el último avance del mercado: la producción de un mercado de la norma, en el que se tendría en cuenta a todos, tanto a los tomadores de decisiones como a los usuarios. Esta competencia de las normas (entre las cuales la norma jurídica solo aparecería como una opción normativa entre otras) constituye, en su ejercicio y eficacia, un desafío a la norma jurídica, que suscita la idea de monopolio del espacio normativo. Al afirmar esto, no estamos denunciando el peligro de este monopolio en detrimento del pluralismo normativo, sino que insistimos en la utilidad de ciertas cualidades de la normatividad jurídica que deben seguir irradiando en una situación de pluralismo normativo.

Si la hipótesis de un nuevo mercado de normas es creíble, entonces es necesario analizar con mayor profundidad la cuestión de la discrecionalidad que protege estas nuevas normas. Efectivamente, el mercado que está surgiendo es muy particular, y entendemos que es precisamente la visibilidad de este mercado, que lucha por aparecer, lo que propicia la aparición de un verdadero pluralismo normativo. En cierto modo, este mercado se enfrenta, por un lado, a una norma jurídica visible, pero acompañada de la convicción de que no puede haber un mercado. Por otro lado, surgen nuevas normas múltiples, lo que conlleva la posibilidad de un mercado, aunque discreto, es decir, que no deja de esconderse en este contexto. Así, se configura un falso mercado, un mercado invisible, negado por algunos que lo rechazan y oculto por otros que participan en él. Esto revela la asimetría propia de cualquier mercado: nunca hay un verdadero cara a cara, sino más bien un juego de póker mentiroso, que la cuestión del secreto permite, al menos, hacer visible.

Referencias

- Berns, T. y Reigeluth, T. (2021). *Éthique de la communication et de l'information: Une initiation philosophique en contexte technologique avancé*. Presses Universitaires de Bruxelles.
- Berns, T. y Rouvroy, A. (2013). Gouvernamentalité algorithmique et perspectives d'émancipation. Le disparate comme condition d'émancipation par la relation? *Réseaux*, 177(1), 163–196.
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet*. Seuil.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1980). *Mille Plateaux*. Éditions de Minuit.
- Foucault, M. (1997). *Il faut défendre la société*. Gallimard.
- Foucault, M. (2004a). *Sécurité, territoire, population*. EHESS, Gallimard, Le Seuil.
- Foucault, M. (2004b). *Naissance de la biopolitique*. EHESS, Gallimard, Le Seuil.
- Goltzberg, S. (2013). *Les sources du droit*. Puf.
- Kant, I. (1991). *Vers la paix perpétuelle... et autres textes* (F. Proust y J.-F. Poirier, Trads.). Flammarion.
- Kant, I. (1993). *Critique de la faculté de juger*. Vrin.
- Winner, L. (1980). *Do artifacts have politics?* MIT Press.
- Rue Descartes. (2020). Politique(s) du secret. *Rue Descartes*, 98(2).

