

# El debate sobre el futuro del trabajo y la brecha de género

Sofia Scasserra<sup>1</sup>

A veces el debate en torno al futuro del trabajo se centra en elaboradas cuestiones sobre lo que será o no será el mundo de aquí a unos años. Vemos predicciones dignas de adivinos y futurólogos, sobre como todos nos quedaremos sin empleo, o sobre la influencia que tendrá la tecnología en nuestras vidas. Lo cierto es que lo único que desde la economía certeramente podemos afirmar es, como bien decía el británico John Keynes “en el largo plazo todos estaremos muertos”. Nada más real ni científico que esto.

Pero salgamos del fatalismo y concentrémonos en datos y argumentos no del futuro, sino del presente del trabajo, bajo este ánimo de feminismo encendido a nivel mundial.

¿Qué podemos esperar de los cambios que se gestan en el mercado de trabajo y en la economía en general, las mujeres? ¿Se presenta una nueva ventana de oportunidad? ¿O simplemente es más de lo mismo? Vamos por parte tomando el camino a la reflexión.

---

<sup>1</sup> Investigadora y Docente, Instituto del Mundo del Trabajo Julio Godio-UNTREF, Asesora en Temas Económicos y de Comercio Internacional FAECYS - UNI Américas.  
Twitter: @SofiaScasserra

## ¿QUÉ ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y COMO MOLDEA LA ECONOMÍA?

Para aquellos que aún no se encuentren empapados en el tema, es bueno contar que el comercio electrónico a nivel internacional es mucho más que comprar y vender por internet. Las reglas que se están negociando actualmente a nivel mundial para “regular” (o mejor dicho desregular) las actividades electrónicas pueden resumirse en cinco puntos fundamentales:

1. Que no se pueda exigir presencia comercial de las empresas que operan a través de internet
2. Que no se pueda exigir transferencia tecnológica para operar
3. Que las empresas no se sometan a tribunales de defensa al consumidor locales
4. Que no paguen impuestos por las transferencias de datos
5. Que no se pueda exigir acceso ni radicación en el país de los datos que colectan.

Estos puntos moldean el futuro del capital, y por ende de las empresas y del trabajo, logrando empresas que operan a través de la web, en lugares remotos, aprovechando las ventajas comparativas de cada nación, sin ningún tipo de responsabilidad ni con los consumidores (al no estar en las jurisdicciones de defensa al consumir), ni con los trabajadores (al no tener presencia comercial) ni con los ciudadanos en general (al no dar transferencia tecnológica ni pagar impuestos, pudiendo establecerse en paraísos fiscales). Cabe destacar que con la “internet de las cosas”, cada vez más bienes son considerados para el comercio internacional como “servicios” y por ende susceptible de ser alcanzados por éstas normas. Desde que se inventaron productos como la heladera con wifi, cada vez más bienes tienen internet y por ende no es difícil ver como en el largo plazo, de aprobarse el paquete de normas en instituciones como la OMC, todas las empresas estarán alcanzadas por estas 5 reglas, independientemente de si son portales web o no.

Estas reglas fijan un nuevo paradigma de trabajador “emprendedor” que se limita a utilizar plataformas operativas para buscar una salida laboral siendo usuario de los servicios

de portales en internet, dando gratuitamente el nuevo oro de potosí de la economía a las empresas: los datos.

## LOS DATOS. ¿PARA QUÉ?

A veces nos recorre el cuerpo una especie de escalofrío cuando tomamos conciencia de la cantidad de cosas que sabe Google sobre nosotros. A menudo ocurre que ingresamos a un negocio y al salir tenemos notificaciones implorándonos que calificuemos la visita, posteemos fotos y videos sobre el lugar donde estuvimos. Este es solo un pequeñísimo ejemplo de la cantidad de datos privados que manejan las empresas, los cuales se esfuerzan grandemente por retener. Los motivos de tan acalorado interés son tres:

1. Publicidad segmentada
2. Economía de algoritmos
3. Inteligencia artificial

Lo cierto es que las empresas demandan normas en la OMC y otros acuerdos internacionales como el TISA a fin de que esos datos pasen a ser propiedad de las empresas transnacionales, y los países pierdan jurisdicción sobre los mismos, sin siquiera poder pedir acceso en caso de ser necesario. Son para su uso y manejo, pero las empresas se niegan a pagar por los mismos. De tal manera que si los datos son entregados de manera gratuita bien se podría decir que no es una cuestión comercial y que por ende necesita un organismo regulador que nazca muy posiblemente en el seno de Naciones Unidas a fin de regular la transferencia, almacenaje y acceso a los datos mundiales. Esto no es así, puesto que las empresas saben que si esto ocurriera tendrían que estar los Estados involucrados en el proceso de reglamentación y por ende se reservarían la soberanía y acceso a los mismos. Por ende lo llevan a los acuerdos comerciales, dejando ver la cara más mezquina del capitalismo: el saqueo indiscriminado de materia prima desde el sur hacia el norte global. Efectivamente, si es un asunto comercial, no existe retribución alguna por esos datos, que damos libremente a través de la web.

Pero volvamos a los objetivos y empecemos a ver las consecuencias que tiene todo este proceso para las mujeres.

## FEMINISMO Y FUTURO DEL TRABAJO

Empecemos analizando los objetivos en el manejo de datos para comprender el impacto en la brecha de género

**Publicidad e información.** Las empresas desean nuestros datos para segmentar y enviarnos la información que nos interese. Por momentos resulta útil, por momentos intrusivo. Lo cierto es que las mujeres solemos ser las encargadas de las compras familiares, tanto ropa, alimentos, insumos escolares, como artículos del hogar en general. Esta realidad viene cambiando y cada vez más los hombres se involucran en estas tareas pero sigue siendo mayormente un mercado dominado por mujeres. La mujer pasa más tiempo buscando ofertas on-line y realizando sus compras, por lo que no sería raro que la publicidad llegue directamente a su casilla de mail, a su Facebook o a sus motores de búsqueda, reforzando aún más la idea de que esta tarea debe ser realizada por ella. Va a ser difícil que el hombre se involucre en esta nueva dinámica familiar si la publicidad no le llega, y por ende no se le facilita la tarea ni se refuerza la idea de que es un trabajo que puede realizarse sin importar el género.

**Economía de algoritmos.** Las empresas buscan tener datos para generar algoritmos. Estos algoritmos no son más que ecuaciones que explican en base a las grandes bases de datos, el comportamiento humano, lo optimizan y predicen. Así hoy día se reemplazan procesos productivos completos a base de algoritmos generados a través del big data. Estos algoritmos no están preparados para cambios sociales, puesto que se arman en base a información pasada, sólo refuerzan la historia de la humanidad y la repiten. Un ejemplo claro de cómo estos algoritmos pueden ampliar la brecha de género aún más es tomando a los motores de búsqueda de recursos humanos por web. Hoy día existen empresas que reemplazan sus oficinas de recursos humanos por algoritmos, precisando que solo quieren contratar empleados que hayan sido exitosos en la empresa. Ergo, parametrizan el concepto de exitoso

como “cualquier empleado que haya permanecido al menos 3 años y haya sido promovido al menos una vez en ese período de tiempo”. Si el algoritmo recogiera los perfiles de las personas que han logrado semejante cometido, muy probablemente esas personas sean blancas, hombres, entre 25 y 35 años, con alto nivel educativo. Las mujeres, discapacitados, y personas pertenecientes a distintas minorías raciales y sexuales muy probablemente sean dejadas de lado, puesto que son víctimas de la discriminación, violencia y acoso laboral y de la presión por tenerse que hacer cargo de los quehaceres domésticos y la familia. Es decir, el algoritmo sólo replica la historia de violencia de género y la reproduce. No tiene la capacidad de trascender.

***“La mujer pasa más tiempo buscando ofertas on-line y realizando sus compras, por lo que no sería raro que la publicidad llegue directamente a su casilla de mail, a su Facebook o a sus motores de búsqueda, reforzando aún más la idea de que esta tarea debe ser realizada por ella.”***

La inteligencia artificial y el internet de las cosas. Cada vez más encontramos aparatos a los que les brindamos información y se manejan solos o de manera remota. Desde la aspiradora que barre sola la casa, hasta un timbre con cámara que podemos atender desde el celular, todo cada vez está más digitalizado y tiende a una economía basada en la inteligencia artificial que nos facilite las cuestiones de todos los días. La pregunta que siempre surge cuando vemos estos dispositivos modernos es quién los maneja, quién les da la información para que funcionen. Si la heladera se ha quedado sin leche, ¿a quién le avisa? Si hay que pasar la aspiradora, ¿quién programa el horario? Si hay que hacer el pan para mañana, ¿quién prepara la máquina de pan? Obviamente que esta cuestión no es un problema directo de la tecnología, pero si tiene que ver la publicidad de los productos “que facilitan tu vida de ama de casa”. Si la tecnología envía la información a la mujer porque así fue programado, el hombre jamás se enterara que faltó la leche en la heladera, ni que la aspiradora dejó de funcionar, ni que el timbre sonó en la casa y hay que atenderlo. Este párrafo quiere ser más que una crítica, un llamado de atención a cuidar cómo utilizamos estas tecnologías para que

no terminen representando una carga adicional a la vida cotidiana de las mujeres, sufriendo interrupciones constantes en la jornada con avisos que refuerzan y sobrecargan de responsabilidad doméstica.

**Máquinas  
de lavar ropa**



Acaba de llegar la nueva remesa.  
Cómodas, sencillas, económicas.  
No dañan la ropa y sí la desinfectan.  
En un día hacen el trabajo que á mano requeriría ocho.  
Máquina práctica é indispensable en toda casa de familia, colegios, hoteles, etc.  
Precios : \$ 42 y \$ 45 oro.  
Unicos Agentes,  
*Camacho Roldán & Tamayo*  
*Bogotá*

Existe un fuerte argumento aceptado por muchos que indica que las mujeres serán beneficiadas frente a estas nuevas formas de trabajo remoto o emprendedor, ya que podrán trabajar desde casa sin desatender los quehaceres domésticos, ayudándolas a articular su labor profesional con la maternidad. De más está decir que el cuidado del hogar debe ser tarea de ambos padres y ésta idea solo afianza aún más el rol de la mujer en la sociedad desde el punto de vista tradicional. No hay que ser necios, la realidad es que internet nos ha abierto un mundo de oportunidades y el trabajo remoto representa hoy una ayuda para muchas personas, no solo los padres de familia, sino también las personas con problemas de movilidad y diversos problemas de salud. Pero también es indudable que ésta oportunidad no debe ser vista como un gran salto para el género femenino, por poderse quedar en la casa, sino para toda persona que lo precise.

Finalmente existe otro argumento que dice que la sistematización de los puestos de trabajo beneficiará a las mujeres a nivel mundial porque los empleos que son más difíciles de reemplazar por máquinas son los de cuidado, donde predominan las trabajadoras. Por ende es de esperar que sean las que menos sufran la readecuación laboral que exige la tecnología en esta 4ta revolución industrial. Este argumento refuerza una vez más la posición de la mujer en la sociedad, dándole una falsa “sensación de felicidad” frente a la precarización laboral y la transformación productiva.

Como se puede observar el debate es amplio y las consecuencias de los cambios tecnológicos no son fáciles de ver y analizar, pero si es cierta una cosa: una sociedad desigual no va a solucionar los problemas de género mágicamente de la noche a la mañana sólo por gozar de transformaciones tecnológicas. Los debates en torno a la igualdad deben seguir estando a fin de que la tecnología no haga aquello para lo que fue programada: reforzar la desigualdad entre hombres y mujeres. Una sociedad más justa es necesaria. Reprogramémosla con concientización y debate.