

## Capitalismo de vigilancia

Por: Rob Lucas.12/01/2021

*La era del capitalismo de la vigilancia*, de Shoshana Zuboff, se transformó rápidamente, pese a su extensión, en un libro de referencia, y su título sintetizó un momento del capitalismo. ¿De qué forma se mercantilizan los datos personales y qué efectos tiene eso sobre las personas? ¿Qué tan pertinentes son los conceptos de expropiación y desposesión digital? ¿Estamos frente a una nueva lógica de acumulación capitalista?

Casi todos los años, desde 2013, un rasgo definitorio pronosticado o declarado, en retrospectiva al menos, por alguna gran publicación –*The Economist*, *The Guardian*, *Oxford English Dictionary*, *Financial Times*– ha sido el *techlash*, la reacción contra el exceso digital. Si tuviésemos que buscarle un origen a este discurso, probablemente estaría en las revelaciones efectuadas por Edward Snowden en 2013, pero los gigantes tecnológicos se convirtieron realmente en tema de preocupación para la clase dominante con los levantamientos políticos de 2016. Que las empresas y los Estados tengan a su disposición asombrosas cantidades de datos sobre nosotros no es, al parecer, tan problemático si esos datos están bajo el control seguro de personas con las que nos identificamos tácitamente. Las campañas de Barack Obama fueron las primeras en aprovechar con gran ventaja la microfocalización que hace un uso intensivo de los datos, pero cuando los expertos en datos –en ocasiones, la misma gente– prestaron sus destrezas a Donald Trump y a la campaña por la salida del Reino Unido de la Unión Europea, Facebook apareció como un sirviente del hombre de la bolsa populista. Se aprobaron leyes, como la Regulación General de Protección de Datos de 2016 en la Unión Europea y la Ley de Privacidad del Consumidor de 2018 aprobada por el estado de California. Organizaciones de todo el mundo tuvieron que retocar los procedimientos de suscripción a sus boletines informativos, pero los señores de los datos siguieron adelante.

En este contexto discursivo destaca una figura, por la importancia de su contribución y la aclamación que ha recibido. Comenzando en 2013, con diversos artículos en el *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, y culminando en el libro de 2019 titulado *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*<sup>1</sup>

, Shoshana Zuboff describía un nuevo tipo de capitalismo inclinado a convertirnos en ratas de laboratorio de la psicología conductista. Asombrosamente para un libro que sonaba un tanto *marxiano* –al incluir entre sus temas no solo el capitalismo sino también la expropiación, el excedente económico y las enormes asimetrías de poder–, *La era del capitalismo de la vigilancia* obtuvo la aprobación de Obama, que había presidido una enorme expansión de la vigilancia masiva, bajo el programa prism de la Agencia de Seguridad Nacional estadounidense. Zuboff se unió como cuarta galardonada con el Premio Axel Springer al archicapitalista de la vigilancia, Mark Zuckerberg, al inventor de la red, Tim Berners-Lee, y al aspirante a capitalista de la vigilancia Jeff Bezos, receptores también del mismo galardón en las ediciones anteriores. ¿Cómo explicar que una crítica haya sido canonizada tan de inmediato? Las continuidades en la obra de Zuboff hacen que resulte instructivo esbozar toda su trayectoria.

La historia de Zuboff, nacida en 1951, comienza en la fábrica de su abuelo materno, empresario e inventor que tal vez le inspirase el gusto por los negocios y la tecnología. En Harvard estudió con uno de los principales conductistas, B.F. Skinner, y comenzó una tesis en psicología social titulada «The Ego at Work»<sup>2</sup>. Pero desde sus años de estudiante tuvo un pie en el mundo de la gestión empresarial, trabajando durante un tiempo en Venezuela como «asesora de cambio organizacional» para la empresa de telecomunicaciones estatal, periodo durante el cual estudió a trabajadores que se trasladaban desde la selva. Poco después de completar su doctorado, empezó a examinar las repercusiones psicológicas y organizacionales del trabajo efectuado con computadoras, lo que culminó en un libro hoy ampliamente considerado como un clásico: *In the Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power* [En la era de la máquina inteligente. El futuro del trabajo y el poder] (1988).

Centrado en estudios etnográficos sobre un puñado de empresas estadounidenses que estaban introduciendo nuevas tecnologías informáticas, *In the Age of the Smart Machine* ofrecía una explicación humanista de las dificultades de trabajadores y directivos para adaptarse. Como tal, quizá pueda interpretarse como una aportación no marxista a los debates sobre el proceso de trabajo que tenían lugar en aquella época y que comenzaron con el libro publicado en 1974 por Harry Braverman, *Trabajo y capital monopolista: la degradación del trabajo en el siglo xx*. Pero Zuboff no hacía hincapié simplemente en las repercusiones de la automatización para los trabajadores, porque la informatización del proceso de trabajo no solo reproducía algo hecho por el cuerpo humano: producía un nuevo flujo de información que

formaba un «texto electrónico» que se volvería fundamental para el nuevo proceso de trabajo.

Para Zuboff, el verbo «automatizar» (*automate*) necesitaba, en consecuencia, complementarse con el de «informar», para lo que ella acuñó un nuevo verbo en inglés, *informate*. La parte más amplia del libro estaba dedicada a la «información» en este sentido e investigaba cómo afrontaban los trabajadores la textualización del lugar de trabajo, de qué forma la importancia dada al conocimiento conducía a una nueva «división del aprendizaje» y cómo los directivos intentaban reforzar su autoridad. Los análisis de Zuboff de las culturas digitales que se desarrollaron en torno de los tabloneros de anuncios en la década de 1980 eran misteriosos presagios de lo que se produciría en la era de las redes sociales de masas. Y en el último tercio del libro estudiaba las repercusiones más oscuras del texto electrónico a medida que fuera utilizado para apoyar la vigilancia sobre los trabajadores en una materialización del «poder panóptico». Si la información iba a ser una herramienta de «la certidumbre y el control» gerenciales, se preguntaba Zuboff, ¿quedarían las personas reducidas a «servir a una máquina inteligente»? Invocando a Hannah Arendt, imaginaba el ideal conductista de sociedad controlada por la vigilancia y los empujoncitos haciéndose realidad en la informatización del ámbito laboral. Pero el análisis de Zuboff había indicado una alternativa, basada en un uso más horizontal del texto electrónico.

*In the Age of the Smart Machine* le sirvió a Zuboff para obtener un puesto permanente en Harvard, pero seguía teniendo un pie fuera del mundo académico, y en 1987 fue contratada como asesora de la empresa Thorn emi por el consejero delegado Jim Maxmin, quien se convertiría en su coautor y esposo. En la década de 1990 dirigió una escuela de verano para ejecutivos de mediana edad, en la que los animaban a reflexionar sobre cosas como qué «patrimonio neto» era suficiente. Desde su casa situada a orillas de un lago en Nueva Inglaterra, Zuboff y Maxmin gestionaban un fondo de inversión en comercio digital al tiempo que trabajaban en el libro que se publicaría en 2002, *The Support Economy: Why Corporations Are Failing Individuals and the Next Episode of Capitalism* [La economía como red de apoyo. Por qué las empresas les fallan a los individuos y el próximo episodio del capitalismo], que ahondaba en la historia empresarial para elaborar una periodización de la «lógica empresarial». Pero el hilo central era un relato sobre el largo proceso de surgimiento del individuo autónomo que habría sonrojado a Hegel. Los deseos de este individuo eran siempre anteriores a cualquier cosa que estuvieran haciendo las empresas, a la espera de ser liberados por emprendedores

astutos y capaces de alinearse con el consumidor final y fundar una nueva lógica empresarial.

Josiah Wedgwood fue el primero de estos grandes hombres, Henry Ford, el segundo, aunque como principales consumidoras, las mujeres eran las protagonistas no reconocidas de la historia capitalista. Basándose en la noción de capitalismo gerencial propuesta por Alfred D. Chandler y en el concepto de segunda modernidad de Ulrich Beck, Zuboff y Maxmin describieron cómo, en el mundo alumbrado por Ford, la creciente individualidad psicológica acabó estrellándose contra las rocas de las organizaciones burocratizadas y de las culturas corporativas masculinistas: esta era la contradicción central y motivadora de su teoría. A las empresas solo les preocupaba el «valor de transacción» y contemplaban al consumidor final como un simple medio. Las relaciones combativas con los consumidores eran síntomas de una «crisis de transacción». Había llegado por lo tanto el momento de que un nuevo profeta pusiera de manifiesto aquellos deseos latentes. Tan solo con que propinasen un giro copernicano hacia el consumidor final, las empresas encontrarían un mundo de «valor de relación» acumulado. Necesitarían basarse en las nuevas tecnologías y ahorrar costos mediante la fusión de infraestructuras digitales, orientándose a la provisión de «soporte» configurado para el individuo. La «revolución» económica proyectada parecía implicar la generalización de algo parecido a un asistente personal de los ejecutivos.

Zuboff expuso estas ideas en artículos para la prensa de negocios, pero su fragilidad conceptual se volvía más visible cuando el mundo de los sueños se topaba con la realidad. Steve Jobs era presentado como un «líder histórico» capaz de corregir los errores del capitalismo estadounidense en nombre del «soporte»; Obama también fue reclutado con naturalidad. En 2008, Zuboff peregrinó hacia Silicon Valley «con la esperanza de encontrar líderes que comprendiesen la crisis», pero le asqueó ver la obsesión de ganar dinero con la publicidad. Desilusionada por la dirección tomada por la tecnología estadounidense, comenzó el proyecto que se convertiría en su siguiente libro. Si *The Support Economy* era una utopía del asesor gerencial, *La era del capitalismo de la vigilancia* es la distopía que emerge cuando la profecía falla. En este mundo, lo que está equivocado fundamentalmente es un *mal modelo empresarial*, que se está desbocando. Se trata de un volumen extenso e indisciplinado de casi 700 páginas, cuyo enfoque se desliza de lo sistemático a lo ensayístico. Estructurado en torno de tres partes, pasa de los «cimientos» al «avance» del capitalismo de vigilancia, antes de ampliar el objeto de análisis para considerar la tecnología como base del poder. Los examinaremos uno a uno.

Zuboff comienza volviendo a una cuestión central de su primer libro: si vamos a ser reducidos a trabajar para las máquinas, o viceversa. Solo que ahora el problema atañe a la «civilización de la información». Las máquinas como tales no están en juego, sin embargo, porque el capitalismo de vigilancia es una «forma de mercado» con sus propios «imperativos económicos», y Zuboff considera que la tecnología está modelada fundamentalmente por los fines económicos a los que sirve. La primera parte nos devuelve también al marco de *The Support Economy*: el capitalismo gerencial, la segunda modernidad, el largo proceso de surgimiento del individuo y la primacía de las necesidades de los consumidores en la historia económica. Pero la contradicción entre el individuo y el capitalismo gerencial encuentra ahora expresión en la aceptación masiva de internet y en los disturbios de 2011 en Reino Unido. Apple sigue siendo la salvadora prevista, el iPod defiende las necesidades de los consumidores, pero hay dos Apples –la humana y la divina– porque la empresa nunca se entendió propiamente a sí misma como la compañía de «soporte» orientada a la asesoría que Zuboff defiende. Si Apple debería haber sido la Ford de la tercera modernidad, será Google el que verdaderamente invente un nuevo tipo de empresa. El mundo no logró así efectuar la transición pronosticada y el capitalismo de vigilancia llenó el vacío, convirtiéndose en la «forma de capitalismo dominante».

El objetivo de Zuboff es revelar las «leyes del movimiento» de esa forma, trazando un paralelo con la explicación dada por Ellen Wood sobre los orígenes del capitalismo propiamente dicho. Google experimentó en sus comienzos un círculo virtuoso o «ciclo de reinversión de valor conductual»: las personas necesitaban búsquedas y las búsquedas podían mejorarse recogiendo los «datos conductuales» producidos por los usuarios. Hasta entonces Google había conseguido ser el tipo de empresa de Zuboff, pero a diferencia de Apple, no tenía un modelo de negocio sostenible. Tras el hundimiento de las puntocom, los inversores en capital de riesgo estaban hambrientos y forzaron un cambio en el aprovechamiento del excedente para utilizarlo en la publicidad dirigida. En este cambio, los datos conductuales se convirtieron en un «activo de vigilancia» y en materia prima para la producción de «derivados conductuales», «productos de predicción» y «futuros conductuales», las cosas que Google vendía de hecho a los anunciantes para obtener «ingresos derivados de la vigilancia». Esto, para Zuboff, fue un proceso de «acumulación primitiva» o «desposesión digital», y para ello llama en su auxilio a Karl Marx, Hannah Arendt, Karl Polanyi y David Harvey. Como otros antes que ella, Zuboff añade un artículo a la lista de mercancías ficticias de Polanyi: tierra, trabajo, dinero y datos conductuales. Dado que el mundo digital era inicialmente un territorio de frontera carente de leyes, Google pudo entrar como magnate ladrón y reclamar los abundantes «recursos naturales humanos». Si se establecieron monopolios, no fue en el sentido tradicional de distorsionar los mercados eliminando la competencia, sino como medio para «acorrallar» los suministros de datos, dirigiendo a los usuarios a los rediles de la vigilancia. Mientras que *In the Age of the Smart Machine* se había analizado la «división del aprendizaje» en el ámbito laboral, esa división caracteriza ahora a la sociedad en general, a medida que los capitalistas de la vigilancia forman una nueva «casta sacerdotal» con una asombrosa concentración de poder.

El clima político instalado tras el 11-S condujo a un «excepcionalismo de vigilancia» que facilitó la metamorfosis de Google, que fue descubriendo sus afinidades electivas con la CIA; por su parte, los aparatos de seguridad estadounidenses estaban felices de eludir los controles constitucionales entregando la tarea de recopilar datos a un sector privado muy poco reglamentado.

Entre el capital de vigilancia y el gobierno de Obama se establecería una puerta giratoria, mientras que Google canalizaría recursos inmensos a las actividades de cabildeo. En poco tiempo, Facebook se había unido al juego, usando la tecla del «Me gusta» para seguir a los usuarios por internet y vender derivados de los datos

resultantes. Adonde iban, otros los seguían: bajo la dirección de Satya Nadella, Microsoft entró en la extracción de datos de los usuarios, comprando la red social LinkedIn, lanzando su asistente personal Cortana e introduciendo la vigilancia en el sistema operativo de Windows. Apoyado por el Congreso, Verizon también entró, dando comienzo al espionaje por parte del proveedor de servicios de internet y usando los datos resultantes para dirigir la publicidad.

Si la primera parte del libro cubre el grueso de la teoría de Zuboff, la segunda se centra en el avance del capitalismo de vigilancia en lo «real», a medida que su modelo de negocio, centrado en la predicción, pasa de seguir la conducta a modelarla e intervenir en ella. Hace tiempo que los tecnólogos predijeron que llegaría un momento en el que las computadoras saturarían la vida cotidiana a punto tal que acabaría desvaneciéndose. A medida que los capitalistas de la vigilancia persiguen la predicción perfecta, se ven obligados a avanzar en esta dirección, buscando «economías de gama» –mayor variedad de fuentes de datos– y «economías de acción»: generar modelos para volver las variables más predecibles. De ese modo desarrollan un nuevo «medio de modificación conductual». Uno de sus heraldos fue R. Stuart Mackay, quien en la década de 1960 desarrolló la telemetría para efectuar un seguimiento de los animales salvajes, antes de pasarse a la idea de configurar remotamente su conducta. Ahora los individuos se han convertido en objetos de seguimiento constante y las aseguradoras pueden adquirir la capacidad de apagar a distancia el motor de un automóvil cuando se produce un retraso en el pago. La infraestructura digital cambia así de «una cosa que tenemos a una cosa que nos tiene» (Zuboff siente aprecio por el quiasmo). Las pulseras y las aplicaciones para medir la actividad, Google Home y Alexa, los televisores inteligentes, la tecnología biométrica de Facebook, las «ciudades inteligentes», los sensores portátiles en el sector sanitario, los «tejidos interactivos», los juguetes infantiles o simplemente el teléfono inteligente: estamos sometidos a un espionaje constante y a la «entrega» de nuestra conducta en forma de datos, y no hay muchas posibilidades de evitarlo. Sobre esta base, pueden efectuarse análisis detallados del «patrón de vida» de los individuos, mientras que Baidu usa sistemas de seguimiento y localización para predecir los movimientos de la economía china. Los metadatos sobre patrones de conducta se convierten en herramientas para efectuar perfiles psicométricos, mientras se desarrollan mecanismos capaces de leer estados emocionales.

Facebook cruzó la línea de la manipulación social con sus experimentos sobre «contagio emocional», mientras que el juego de «realidad aumentada» Pokémon Go

condujo el «tráfico peatonal» a las ubicaciones de empresas contribuyentes, planteando la pregunta de si los capitalistas de vigilancia podrían estar aventurándose en el diseño de «arquitecturas de elección». Los experimentos de modificación conductual realizados en la Guerra Fría, con reclusos y pacientes como objetivos, condujeron en una ocasión a una reacción legislativa que impidió un desarrollo mayor, pero ahora las empresas privadas avanzan, sin las trabas de un proceso democrático, en la búsqueda de «resultados garantizados». La propia conciencia del consumidor se convierte en una amenaza para los ingresos; la libertad y el «derecho al tiempo futuro» se ponen en peligro. El capitalismo de vigilancia encarna un nuevo tipo de capitalismo no menos trascendental que el industrial, y «la lucha por el poder y el control en la sociedad ya no va asociada a los datos ocultos de la clase y su relación con la producción, sino, por el contrario, a [sic] los datos ocultos de la modificación de la conducta diseñada y automatizada».

La tercera parte de *In the Age of the Smart Machine* estaba dedicada a la «técnica» en cuanto «dimensión material del poder». Aquí pasamos ahora, de manera similar, al tipo de poder augurado por el capitalismo de vigilancia. El término utilizado por Zuboff es «instrumentarismo»: «la instrumentación y la instrumentalización de la conducta para los fines de modificación, predicción, monetización y control». Mientras que el totalitarismo movilizaba la violencia para apoderarse del alma, el instrumentarismo observa silenciosamente y modela la conducta. Skinner fue su profeta, su libro *Walden dos*, la utopía. Para los conductistas, la libertad es una laguna en la explicación que debe superarse mediante la extensión de la ciencia conductista a la sociedad, y ahora la visión que ellos plantearon está siendo realizada por capitalistas de la vigilancia que buscan «sustituir la sociedad por la certidumbre», mientras persiguen su propia «utopística aplicada». La «física social» del profesor del Instituto Tecnológico de Massachusetts Alex Pentland entra al ataque como un intento de sustituir la política por un plan tecnocrático en nombre del «bien mayor». ¿«El bien mayor de quién?», pregunta con razón Zuboff.

Existen en la actualidad «calificaciones crediticias» de radicalismo y «calificaciones de amenaza» derivadas de las redes sociales, mientras que la empresa de creación reciente Geofeedia rastrea las localizaciones de los manifestantes. El sistema de crédito social chino –que vigila a los ciudadanos y aplica castigos y recompensas en consecuencia– no puede pasarse por alto, aunque Zuboff parece no tener muy claro qué hacer con él. «Conclusión lógica», por una parte, de la búsqueda de «certidumbre» que percibimos bajo el capitalismo de vigilancia –e instrumental más que totalitario–, el sistema de crédito social difiere en tanto que va dirigido a los

resultados sociales, no de mercado. También es, asegura Zuboff, de dudosa importancia para su relato al estar formado por una cultura no democrática a la que no le interesa la privacidad; pero al mismo tiempo «transmite la lógica del capitalismo de vigilancia y el poder instrumental que este produce».

El individuo está ahora sitiado, enganchado a modos patológicos de socialidad mediante técnicas derivadas de la industria del juego, incapaz de forjar un sentimiento de identidad adecuado. «Efectos escalofriantes» llegan a la vida cotidiana a medida que las personas modelan su comportamiento para presentarlo en internet. Hay tintes de Sherry Turkle y Nick Carr en los lamentos de Zuboff por el hogar entendido como espacio meditativo para el cultivo del yo. Hacen falta «propuestas sintéticas», lo que parece aludir a medidas legislativas como el «derecho a ser olvidado» y el Reglamento General de Protección de Datos (2016) establecidos en la ue y respaldados por la acción colectiva.

Volvemos, en conclusión, a la relación entre los mercados, el conocimiento y la democracia. En el razonamiento de Friedrich Hayek y los conductistas, la libertad de los actores del mercado estaba asociada a la ignorancia. Con una información cada vez más completa, los capitalistas de la vigilancia amenazan a este dúo. De acuerdo con la visión optimista de Zuboff, el capitalismo se basó en otro tiempo en «reciprocidades orgánicas» entre empresas y personas. El intercambio de mercado equitativo formó el ímpetu de la revolución estadounidense y los industriales británicos se vieron obligados a hacer concesiones democráticas debido a que dependían de las «masas». Con el paso al modelo del valor para el accionista, estas reciprocidades se erosionaron; ahora, los capitalistas de la vigilancia han sobrecargado esta dinámica, produciendo organizaciones de «hiperescala» con descomunales valoraciones bursátiles, diminutas bases de empleados y una escasa dependencia de la sociedad. No ha habido «doble movimiento» polanyiano que imponga límites sociales a la explotación de los datos conductuales, y ahora nos enfrentamos a una «recesión democrática» mientras se pierde la asociación vital de los mercados con la democracia. Zuboff acaba con un popurrí de referencias que agradarían a cualquier atlantista liberal: Arendt sobre el totalitarismo, el desprecio que George Orwell sentía por James Burnham y la caída del Muro de Berlín.

Aunque a menudo recargado, *La era del capitalismo de la vigilancia* presenta una imagen interesante del paisaje infernal provocado por la actual tecnología capitalista. Zuboff acierta al afirmar la necesidad de nuevos nombres para lidiar con las transformaciones con que nos castigan los gigantes tecnológicos. La expresión

«capitalismo de la vigilancia» identifica algo real y, aunque no fuera ella la primera en acuñarla, para mérito suyo ahora parece probable que entre en el uso general. Hay también algo asombroso en su viejo proyecto de vincular el poder tecnológico con la psicología conductista. Zuboff ha dedicado buena parte de su vida intelectual a forjar un *Anti-Skinner* que sitúe al individuo psicológico en el escenario central, librando una guerra contra sus reducciones positivistas a manos de científicos, directivos y capitalistas de la vigilancia. Probablemente sea este el aspecto en el que resulta más convincente. Pero las afirmaciones fundamentales de *La era del capitalismo de la vigilancia* son de carácter político-económico y deberían evaluarse como tales. ¿Qué puede decirse, entonces, de sus conceptos de expropiación y desposesión digital? Como desde hace tiempo afirman los defensores de la propiedad intelectual, hay algo especialmente extraño en la noción de que los datos sean cosas que puedan ser robadas, ya que no son bienes escasos, como ha señalado Evgeny Morozov en una reseña publicada en *The Baffler*. Mi posesión de un constructo de datos dado no impide que todos los demás lo tengan. Los datos conductuales pueden verse también como *representaciones*, y hace falta recurrir al pensamiento mágico para equiparar la representación con la posesión. Si alguien me espía y anota lo que hago, mi conducta no deja de ser mía. Ha dejado, por supuesto, su impronta en algo que yo no poseo, pero de todas formas eso no lo tenía desde el principio.

La idea de que tales datos pudieran ser «gastados» también tiene poco sentido y dado que ello no es así tampoco existe un espacio identificable superior a él. Se hace así imposible trazar la línea entre el primer «ciclo de reinversión inocuo» de datos conductuales por parte de Google y el aprovechamiento de un «excedente conductual». Los conceptos cuantitativos de la economía política son aquí equívocos, puesto que realmente no hablamos de magnitudes continuas, sino de diferentes *usos* de los datos: para mejorar un motor de búsqueda, y para mejorar la publicidad dirigida y de ese modo ganar dinero. Podríamos estar tentados de denominar a esto último «excedente» en relación con lo primero, pero ¿y si los mismos datos se utilizan para ambos? O, si lo que lo convierte en excedente es el uso comercial, y no una cantidad nominal de conducta, ¿qué deberíamos hacer ante el hecho de que Zuboff vea el sistema de crédito social chino –destinado al control social y no a la mercadotecnia– como una sanguijuela de excedente conductual? Y de nuevo ¿excedente de qué? ¿Es inocua alguna parte del sistema de crédito social, como el Google de los primeros tiempos?

Esta noción sustancialista de la conducta recuerda la cosmovisión del socialismo

ricardiano en la que se considera el trabajo como algo aglomerado en los artefactos de la economía capitalista. Esto ayudó a avalar un cierto punto de vista moral: es nuestro trabajo, debería ser nuestro. Y hay una cierta cualidad intuitiva en la idea de que una cosa dada encarna directamente una cantidad determinada de trabajo, siempre que pensemos en empresas individuales (como el historiador empresarial tiende a hacer) o mercancías concretas, y no en la economía en su totalidad. Esas ideas han perdurado durante mucho tiempo y seguimos encontrando vestigios de ellas en la enredada noción de que, si subir algo a Facebook le permite a Zuckerberg ganar dinero, ello debe ser trabajo productivo, una consecuencia semihumorística de lo cual es la demanda «Salarios para Facebook» (Wages for Facebook). Zuboff distingue su posición concentrándose en la conducta y no en el trabajo, pero el sustancialismo y el punto de vista moral son prácticamente los mismos, aunque tengan aún menos sentido en el caso de los datos.

Zuboff afirma que el capitalismo de vigilancia es la forma dominante de capitalismo, con Google y Facebook convertidas en vanguardia de una dinámica que se está verificando en toda la economía. Sin duda estas empresas son muy poderosas y tienen extraordinarias capitalizaciones bursátiles, pero casi la totalidad de sus ingresos deriva de la publicidad. Aun cuando entramos en una informatización ubicua, ciudades inteligentes y demás procesos análogos, los ingresos publicitarios siguen siendo la principal razón por la que las empresas privadas acumulan datos sobre los usuarios. ¿Quién compra esos anuncios? En gran medida otras empresas, lo que significa que la publicidad en general es un *costo* para estas y, por lo tanto, una deducción de sus beneficios totales: en términos de la economía política clásica, es uno de los *faux frais* de la producción. La rentabilidad de los anunciantes está limitada por la de empresas de otros sectores, puesto que dependen de ellas para la obtención de ingresos. Sin importar lo radicalmente que los capitalistas de la vigilancia transformen la publicidad, mientras esta represente su actividad principal, la capacidad que tengan de guiar el capitalismo en su totalidad será limitada.

En opinión de Zuboff, los capitalistas de la vigilancia persiguen la «certidumbre total» y el control real de la totalidad de la conducta de los usuarios con sus productos de predicción. Aunque una ventaja en la predicción puede traducirse en una ventaja a la hora de colocar anuncios publicitarios y, por lo tanto, proporcionar más ingresos, esto tiene límites lógicos. Incluso si fuera posible en teoría la certeza o el control, los anunciantes seguirían sin poder garantizar las ventas de otras empresas a voluntad, porque si la renta disponible de los consumidores es finita, cada transacción segura disminuiría el alcance de otras, haciendo que la «certeza» se debilitara a sí misma.

Tiene más sentido rastrear, dirigir y predecir el comportamiento del usuario de un modo lo suficientemente preciso como para que sea razonable que múltiples compañías paguen por participar en la captura de los mismos consumidores. Aparte de ello, perseguir una predicción cada vez más perfecta sería arrojar dinero en un agujero. Además, la conducta que tiene sentido predecir se mantiene casi por completo en el ámbito de la actividad de mercado, planteando la cuestión de si, sea cual fuere la retórica, puede realmente verificarse hacia qué «totalidad» están conduciendo los capitalistas de la vigilancia. Quizá la economía de la atención –de acuerdo con la cual la atención del usuario es un bien escaso perseguido por las empresas– sea aquí un enfoque más útil.

Aunque es recomendable buscar explicaciones sociales para los avances tecnológicos, quizá Zuboff se haya dejado extraviar por su inclinación a pensar en términos de «formas de mercado» y a reducir la tecnología a fines económicos. Es sintomático que vacile respecto al sistema de crédito social chino. Y aunque reconoce la contribución del Estado a alimentar el capitalismo de vigilancia, tiene asombrosamente poco que decir respecto de los detalles ciertos de su función: prism, la Snooper's Charter, Five Eyes... Ello se muestra esencialmente como un ámbito neutral y pasivo, que en ocasiones sigue allí donde lo conduce la empresa, que tiene algunas leyes malas y necesita más leyes buenas. Pero cualquier historia de la tecnología estadounidense encontrará que el Estado no ha sido ni mucho menos neutral ni pasivo. Por lo general, ha llevado la iniciativa en el impulso de un importante cambio tecnológico, coordinando empresas o tirando de ellas tras de sí, como vemos en la informática, la creación de redes, las armas, las máquinas herramienta, etc. Si el cambio fundamental se produce mediante los actos de grandes empresarios, esto es algo que debe permanecer en la sombra.

Desde su comienzo, el Estado moderno ha sido un aparato de recolección de información. Cuando estuvieron a su disposición, los medios de almacenamiento y procesamiento de datos, mecánicos primero y electrónicos después, simplemente facilitaron lo que ya llevaba mucho tiempo ocurriendo. La tarjeta perforada de Hollerith y sus descendientes permitieron automatizar el procesamiento de datos, incluidos, como es bien sabido, los de los campos de concentración nazis y los relativos al internamiento de estadounidenses de origen japonés durante la Segunda Guerra Mundial. La vigilancia basada en la informática tiene de por sí sus orígenes en esta historia de *longue durée*, lo cual es útil tener en cuenta al intentar periodizar acontecimientos más cercanos al presente. A lo largo de la década de 1970, trw –una corporación con intereses en los sectores aeroespacial, automotriz,

electrónico, informático y de procesamiento de datos– recogió enormes cantidades de datos sobre decenas de millones de consumidores estadounidenses para vendérselos a potenciales acreedores. Y de manera poco sorprendente, dado el alcance de sus operaciones, trw estaba íntimamente entrelazada con la cia. Aunque el intento por parte de Zuboff de interpretar *políticamente* la fundación del capitalismo de vigilancia –como acto de personas específicas en una coyuntura específica– sea admirable, oculta esta historia más prolongada de la informática en la vigilancia estatal y sus cruces con el sector privado. Es aquí donde encontramos las razones más convincentes para preocuparnos.

Después de todo, ¿qué debería importar que Facebook me muestre repulsivos anuncios publicitarios y quizá hasta me convenza de comprar algo, si esa es la única repercusión que tiene la gigantesca acumulación de datos sobre mí? Es en el momento en que salimos del simple intercambio de mercado –que yo soy formalmente libre de abandonar– y, por lo tanto, del foco principal del capital de vigilancia propiamente dicho, cuando esta asimetría de conocimientos se vuelve verdaderamente problemática. ¿Vamos a estar sometidos a una manipulación digital, pagada por el mayor postor? Aquellos de nosotros que nos movilizemos más allá de los rituales habituales de la participación democrática, ¿vamos a ser rastreados, pastoreados y neutralizados antes de que podamos plantear una amenaza real? ¿Van a ser las inequidades sociales silenciosamente fortalecidas por las clasificaciones que nos impongan aquellos en posición de supervisar? Responder a estas preguntas en serio implicará comprender el Estado como una fuerza activa en el desarrollo tecnológico, como un ámbito diferenciado y que dista mucho de ser neutral. En sí misma, la regulación normativa del capital de vigilancia no será suficiente –ni siquiera respaldada por los movimientos sociales–, porque cualquier reto serio se volvería también un reto al Estado de vigilancia.

Nota: este artículo fue publicado originalmente con el título «El negocio de la vigilancia» en *New Left Review* segunda época No 121, 3-4/2020.

## Relacionados

[El capitalismo actual es de vigilancia](#) Esteban Magnani [Paseando el «?capitalismo de vigilancia»? por el Congreso de Estados Unidos](#) Lucas Malaspina [¿Hacia un mundo felizmente vigilado?](#) Lucas Malaspina [¿El futuro de Internet también se juega en Brasil?](#) Sergio Amadeu [Cómo desafía China a Silicon Valley](#) Philipp Staab

/ [Florian Butollo](#)

- 1.Profile, Londres, 2019. Hay edición en español: *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*, Paidós, Barcelona, 2020.
- 2.Juego de palabras entre «el ego en el trabajo» y «el ego en acción» [n. del e.].

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Nueva sociedad.

**Fecha de creación**

2021/01/12