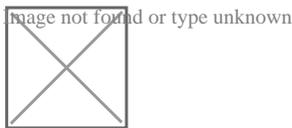


# EL CAPITALISMO DE VIGILANCIA. DESTINO OSCURO (II).

**Por: HIPERMEDIACIONES. 15/09/2020**

Viene de la [primera parte](#).

En esta segunda parte seguiremos desmenuzando el libro [The Age of Surveillance Capitalism](#) de **Shoshana Zuboff**, una de las obras más citadas y comentadas cuando se habla de la extracción y manipulación de datos por parte de grandes empresas como Google y Facebook. Si en la entrada anterior analizamos la primera y segunda parte del libro, aquí veremos la tercera y última sección dedicada a la consolidación política del *Big Other*. Para redondear la reseña, en esta entrada me gustaría marcar los puntos fuertes y las debilidades de un libro que, me animo a decir, será unos de los clásicos de esta década, tal como *Being Digital* de **Nicholas Negroponte** (1995) fue una referencia de la era dorada de las ciberculturas.



## **Tercera parte. Poder instrumental para una tercera modernidad.**

Según Zuboff se está generando un poder nunca visto, sin precedentes históricos, motivo por el cual nos cuesta mucho nombrarlo y ponerlo a foco. Ella recurre al concepto de “*instrumentarianism*”, **un nuevo tipo de poder que va más allá del clásico “totalitarian power” fundado en la represión del Estado**. Si el surgimiento del nazismo o del estalinismo confundió a sus primeros analistas (la revista *Time* eligió en 1939 a **Josef Stalin** como “*Man of the Year*”), algo similar estaría pasando con el capitalismo de vigilancia.

*Totalitarianism operated through the means of violence, but instrumentarian power operates through the means of behavioral modification.*

Y aquí, en vez de aparecer en escena **Antonio Gramsci** y su concepto de “hegemonía” (la referencia ineludible cuando pensamos en formas de dominación no violenta y consensuales), Zuboff vuelve a poner todas sus fichas en el conductismo radical de **B. F. Skinner** y su “*technology of behaviour*”. El *Big Other*, a diferencia del *Big Brother*, se basa en un perfeccionado mecanismo de control y sumisión social fundado en la manipulación de la conducta a través de los algoritmos. **Al Big Other no le interesa lo que pensamos o sentimos**, lo único que busca es extraer información para convertirla en mercancías vendibles en el mercado de los datos. Como ya mencioné en la primera parte de la reseña, **en esta economía los humanos no somos “el producto” sino la materia prima, la fuente de datos**. En cierta manera, el panorama que nos pinta **Zuboff** tiene mucho de *The Matrix*, ese mundo donde los humanos son reducidos a pura fuente de energía.

Según la autora de [The Age of Surveillance Capitalism](#) la idea de Skinner se está materializando: vivimos una sociedad donde **la incertidumbre tiende a desaparecer gracias a la creciente capacidad predictiva de la conducta humana que demuestran las máquinas digitales**. **Omnisciencia, control y certeza** son las palabras clave de este nuevo poder. Si bien reconoce que no es fácil de exportar, **el modelo sociopolítico chino le sirve a Zuboff como modelo avanzado de este tipo de poder**. La autora insiste en que nos encontramos en una bifurcación histórica: o avanzamos hacia una **tercera modernidad** donde se refuercen los valores democráticos, o **seguiremos el camino que “nos lleva a Shenzhen”**.

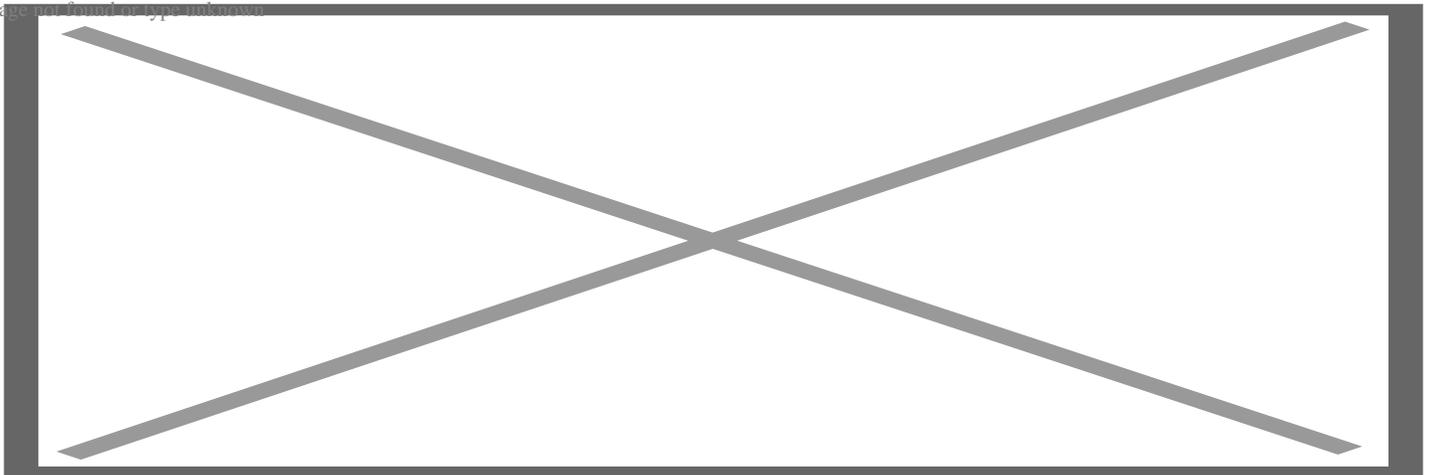
*Facebook is a prototype of instrumentarian society, not a prophecy. It is the first frontier of a new societal territory, and the youngest among us are its vanguard.*

Entre los **profetas que nos llevan por el mal camino** Zuboff menciona a numerosos investigadores y empresas que trabajan codo a codo con los organismos estatales para desarrollar el “*instrumentarian power*”. Además de los sospechosos habituales como **Mark Zuckerberg**, en esta lista aparecen referentes del MIT como **Alex Pentland** (creador del concepto de “*reality mining*”) o de Berkeley/Google como **Hal Varian**. Si bien Zuboff no aplica conceptos muy vinculados a la tradición crítica como “**capitalismo de plataformas**” (Srnicek) o “**trabajo digital**” (“*digital labour*”) (Fuchs), no duda en **reforzar su descripción del capitalismo de vigilancia recurriendo a los trabajos sobre “*media addiction*”**, sobre todo de las nuevas generaciones.

Para terminar, si bien Zuboff se niega a hablar de “inevitabilidad”, **durante la mayor parte del libro se respira un clima oprimente donde el “*no exit*” parece ser la única posibilidad frente al poder de las grandes corporaciones del capitalismo de vigilancia**. Citando a Piketty, defiende la idea de que **otro capitalismo es posible** y concluye el libro (perdón por el *spoiler*) mencionando la **caída del muro de Berlín** por la presión de la ciudadanía.

Después de esta breve descripción (no es fácil sintetizar un libro de 700 páginas...) **podemos comenzar a reflexionar sobre este trabajo tan sugerente y abierto al debate**.

Image not found or unavailable



## Combatiendo al capital (vigilante)

Si en los años noventa tuvimos **una sobredosis de libros que anunciaban una sociedad más democrática, justa y liberada del peso de los átomos gracias a la levedad de los bits**,

la producción actual, que **mira desde una perspectiva crítica la deriva autoritaria e hipercomercial de la red digital**, es **necesaria y urgente**. En este contexto, el libro de **Shoshana Zuboff** es una de las referencias cuando se trata de **mapear las conversaciones sobre la comunicación digital interactiva** en este momento tan particular de la vida del Homo sapiens sobre el planeta. Sin embargo, no podemos dejar de lado una mirada crítica de *The Age of Surveillance Capitalism*, un texto que tiene páginas muy interesantes pero otras que, desde mi punto de vista, **hacen agua desde una perspectiva analítica**.

Si bien el texto de Shoshana Zuboff es un **ensayo** y, por lo tanto, **no podemos exigirle lo mismo que a un texto científico**, termina proponiendo una serie de conceptos y categorías que apuntan a una teoría o marco de análisis del capitalismo de vigilancia que **va más allá de lo que sería un texto de *non-fiction***. Al basar su análisis en declaraciones y frases a menudo descontextualizadas de los grandes actores del capitalismo de vigilancia (Page, Brins, Schmidt, Zuckerberg, etc.), la denuncia que impulsa la autora pierde fuelle. **El discurso corporativo de los grandes actores del capitalismo de vigilancia se merece un análisis que vaya más allá del “contenido manifiesto” y de la transcripción de las frases célebres de Mark Zuckerberg o Larry Page**. Y, al mismo tiempo, el análisis crítico del capitalismo de vigilancia se merece ir más allá de las declaraciones más o menos rimbombantes de sus enunciadore.

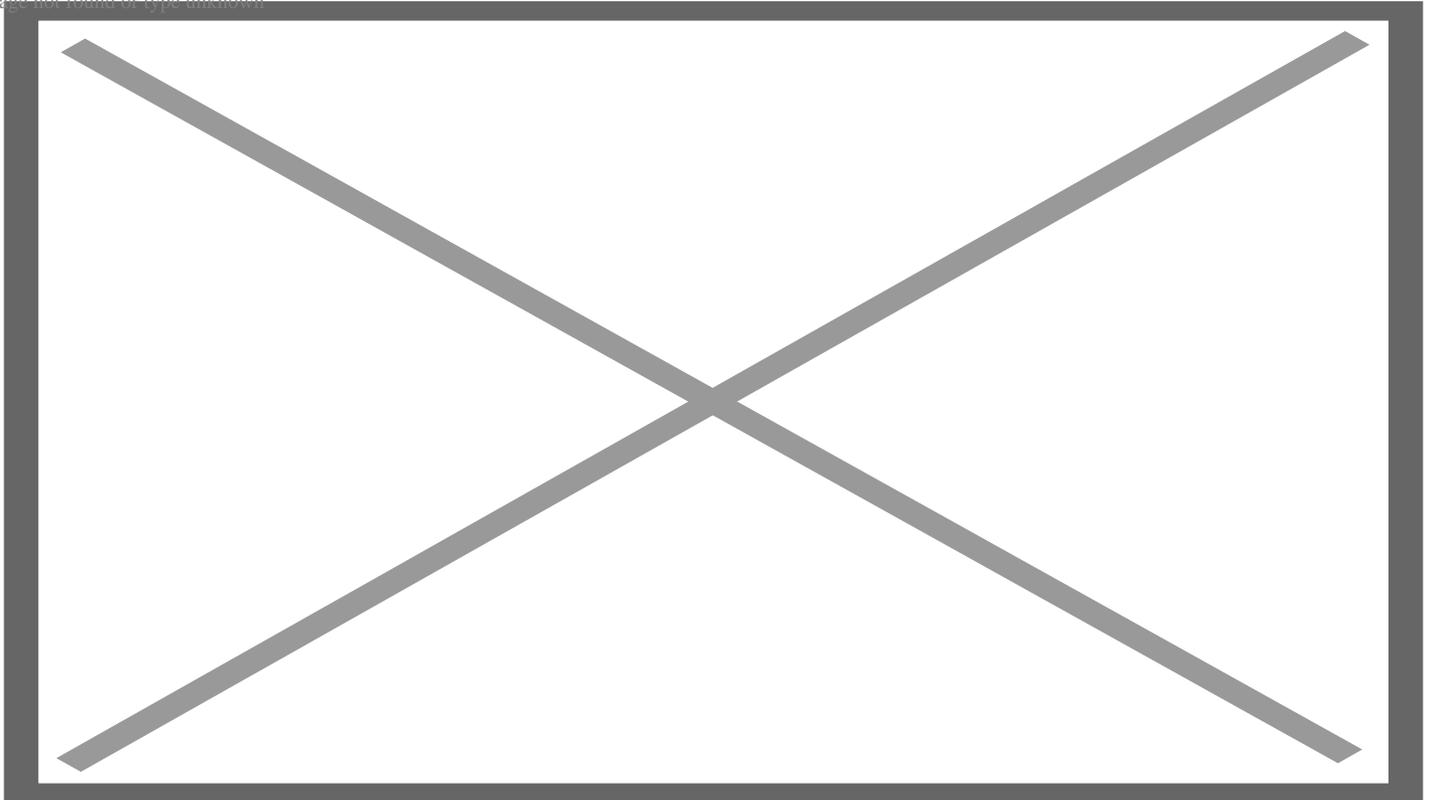
Si es cierto que la explotación indiscriminada de datos y el mercado predictivo nacido en Google y Facebook está yendo más allá de estas corporaciones, tal como se explica en la segunda parte del libro, **sería interesante tener datos empíricos al respecto**. Sabemos que la mayor parte del facturado de Google y Facebook proviene de la publicidad y del tráfico de datos... ¿Podemos decir lo mismo de las empresas tradicionales? ¿Qué parte de su facturado o ganancias proviene de los datos? Un ejemplo: una empresa fabrica coches con sensores. Esos sensores recopilan información sobre sus usuarios que permiten mejorar el diseño de los vehículos. Pero esos datos también aportan información apetecible para otras compañías. Ahora bien, **si la empresa decidiera vender esos datos... ¿podemos decir que es una empresa del “capitalismo de vigilancia”?** ¿O la venta de datos sería solo una fuente de ingresos secundaria a la principal, que seguiría siendo la venta de vehículos y servicios colaterales? El libro hubiera salido enriquecido si esta parte estuviera basada en números y datos empíricos más sólidos. En ese sentido, **al libro de Zuboff le falta lo que a los de [Piketty](#) les sobra: las tablas, números y análisis económicos que le hubieran permitido a la autora describir el funcionamiento y alcance real del capitalismo de vigilancia**.

Otro elemento a tener en cuenta: si el lector o lectora espera una crítica al capitalismo, no la encontrará en [The Age of Surveillance Capitalism](#). Por más que Zuboff arremeta contra las políticas neoliberales, ella critica al “capitalismo de vigilancia” y no al “capitalismo” a secas. **Shoshana Zuboff no es [Christian Fuchs](#) ni [Nick Srnicek](#)**. Desde esta perspectiva, podríamos decir que **a Zuboff también le falta lo que a Fuchs le sobra**: una crítica dura del capitalismo, algo que este profesor de la University of Westminster viene haciendo desde hace varios años en [libros](#) como *Communication and Capitalism: A Critical Theory* (2020), *Rereading Marx in the Age of Digital Capitalism* (2019), *Social Media: A Critical Introduction* (2017), *Culture and Economy in the Age of Social Media* (2015) o *Digital Labour and Karl Marx* (2014).

Me parece que en su afán de convertir el negocio de los datos en una nueva fase del desarrollo capitalista (o en una forma perversa del “buen capitalismo”), la autora termina **modelando un objeto a medida para que encaje en su denuncia**. Que un grupo de corporaciones haya hecho del tráfico y procesamiento salvaje de datos su modelo de negocios **no implica que todas las empresas vayan a seguir ese camino**

; para algunos actores **la venta de datos será una fuente de ingresos secundaria**, y muchos otros **ni siquiera participarán en este tipo de actividad extractiva**. Otro ejemplo: si Amazon es un actor fundamental del capitalismo de vigilancia, dudo mucho que una **librería de barrio** sea parte del mismo mecanismo de explotación de datos y control social. O sea, mal que le pese a Zuboff, **no todo es capitalismo de plataformas**.

Image not found or type unknown



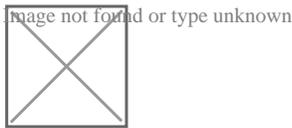
## Ratas, palomas e internautas

El conductismo pasó por varias etapas. Después de los trabajos pioneros de [John B. Watson](#) e [Iván Pavlov](#), el *behaviorismo* se convirtió por culpa de un perro y una campanilla en una caricatura de sí mismo hasta alcanzar en tiempos recientes el estatus de meme. Si bien es una de las corrientes hegemónicas de la psicología, sobre todo en los países anglosajones, sabemos que en otras latitudes diferentes escuelas -como la psiconalítica- han marcado el paso de la práctica profesional y académica. Uno de los campos donde el conductismo ha encontrado un terreno fértil ha sido la investigación sobre los **procesos de toma de decisiones económicas**. [Daniel Kahneman](#), el psicólogo que ganó el premio Nobel de Economía en 2002, es

una de las grandes referencias en la llamada *behavioral economics*. Su libro [\*Pensar rápido, pensar despacio\*](#) (2011) es una lectura indispensable para cualquier persona interesada en estos procesos o que simplemente quiera saber **cómo pensamos y tomamos decisiones**.

Como ya vimos, Zuboff se nutre del conductismo radical de [B. F. Skinner](#) a la hora de apuntalar su discurso crítico sobre el capitalismo de vigilancia. Es una lástima que no haya expandido su marco de referencia a otros enfoques. Desde mi perspectiva, creo que **analizar la dinámica de uso de las plataformas en términos de satisfacción/deseo podría proporcionarnos mejores resultados para comprender su funcionamiento**. Uno de los problemas que percibo en los enfoques experimentales (ya sean conductistas o de las ciencias cognitivas) es **el pasaje de lo micro a lo macro**. Este tema -que desde hace años venimos charlando con colegas como [José Luis Fernández](#) de la Universidad de Buenos Aires- es fundamental: **¿Puede extrapolarse a toda la sociedad lo que se verifica en un laboratorio con unas palomas, ratones o perros?** Entre un laboratorio y la sociedad existe un “*gap*” muy difícil de colmar... a menos que uno pueda hacer experimentos con cientos de miles de personas. Y acá la cosa se pone interesante: **como bien describe Shoshana Zuboff, eso es precisamente lo que están haciendo las grandes corporaciones del capitalismo de vigilancia**. ¿Qué pasa cuando Facebook toca la campanilla? ¿Cómo responden miles de internautas cuando Google retoca un algoritmo? Este tipo de estudios -que **los usuarios consentimos cuando aceptamos las condiciones de uso de las plataformas**- abre una dimensión “macro” a métodos que, hasta el día de hoy, se limitaban al mundo “micro” del laboratorio. Así como hay límites a la experimentación genética con seres humanos, este tipo de experimentos sociales, que pueden llevar a cambiar el resultado de una elección, **debería estar taxativamente prohibido por las leyes nacionales e internacionales**. Este tema también **debería formar parte de la agenda de las universidades**, sobre todo si tenemos en cuenta que **la comunidad científica es en parte cómplice de estos experimentos manipulatorios**.

Volviendo al libro de **Zuboff**, al beber del conductismo radical de **Skinner** su análisis del capitalismo de vigilancia termina acercándose a la primera época de las teorías de los efectos de los medios. Sí, me estoy refiriendo a las (primitivas) teorías de la “aguja hipodérmica” y la “bala de cañón”. Si bien el contexto es radicalmente diferente, *The Age of Surveillance Capitalism* termina prácticamente **jugando en la misma liga que los trabajos pioneros -también inspirados en el conductismo- de los padres fundadores de los estudios de los efectos de la comunicación en los años 1920 y 1930.**



## Salvation?

Como habrán visto, los subtítulos de esta serie de entradas incluyen un homenaje a la saga de *Terminator* (“La rebelión de las máquinas”, “Destino oscuro”). Ahora llegó la hora de “Salvation”... **¿Hay salvación a la distopía que nos depara la era del capitalismo de vigilancia?** A pesar de que aquí y allá Zuboff intenta insuflar algo de optimismo, **su libro es una oda al apocalipticismo digital.** Solo al final, en un par de páginas, deja caer de manera inconexa y sin profundizar algunas vías para contrarrestar el poder de las grandes corporaciones que han hecho de los algoritmos y los datos un gran negocio.

La referencia a **Nicholas Negroponte** al inicio de esta entrada no es casual. Al igual que el fundador del Media Lab del MIT, tengo la impresión de que **Shoshana Zuboff termina mitificando -en el sentido barthesiano- las tecnologías digitales. Ahí donde Negroponte construye un discurso mítico que pone a las tecnologías digitales al centro de un programa de emancipación y transformación, Zuboff las coloca en el corazón de una estrategia de dominación y control social.** Si Negroponte no tenía en cuenta los posibles usos desviados o directamente antidemocráticos de las tecnologías digitales, **Zuboff solo ve dominación y control**, y liquida en pocas frases los posibles beneficios que los algoritmos ofrecen a sus usuarios (entre otras cosas, **los algoritmos pueden ayudarnos a reducir la cantidad de accidentes de coche o predecir la evolución de una pandemia**). En breve: **mientras sigamos atados a lecturas monodimensionales, no saldremos nunca del [desgastante péndulo entre apocalípticos e integrados](#).**

[The Age of Surveillance Capitalism](#) es un libro que vale la pena leer, **a pesar de su extensión** (hay ideas que se repiten una y otra vez, como si la autora nos quisiera inculcar un concepto a la manera de Skinner con sus ratas y palomas) y de las limitaciones que acabo de mencionar en estos párrafos. **El “capitalismo de vigilancia” existe, es un problema grave de nuestra sociedad y debe ser enfrentado desde diferentes niveles**, comenzando por la **alfabetización de los usuarios** hasta llegar a la implementación de **acciones políticas y judiciales a escala internacional**. Lo repito: la primera parte del libro, donde se cuenta con lujo de detalles la emergencia de nuevos actores en la red sociotecnológica que se movieron (y siguen haciéndolo) con total impunidad en un marco de vacío legal, es una excelente descripción del mitificado mundo de Silicon Valley y sus *start-ups*.

¿Hay “Salvation”? Por supuesto. Pero la condición previa para cualquier tipo de acción, no sólo en este campo, es **comprender el funcionamiento del (eco)sistema en todas sus dimensiones**, incluyendo los **actores, relaciones y procesos que forman parte de cada componente de la red sociotecnológica** (o, si prefieren, de cada “interfaz”), los **costes-beneficios** y las dinámicas de **satisfacción-deseo** que se presentan en cada caso. Como ya escribí en otro [post sobre las interpretaciones críticas de las plataformas](#),

Pensar que Amazon o Uber son solo empresas que utilizan datos como materia prima y lucran con ellos me parece reductivo, casi como pensar que la vieja televisión de *broadcasting* era solo un dispositivo para generar rating. Siguiendo con

este ejemplo, las transformaciones sociales que generó la televisión a su alrededor no se pueden reducir a la dimensión “matemática” del rating, de la misma manera que **no podemos simplificar el rol de las nuevas corporaciones exclusivamente a su dimensión “algorítmica”** (...) Debemos **abrir el abanico interpretativo a la hora de analizar las plataformas.**

Lo aclaro por las dudas: **decir que la crítica a las plataformas se queda corta o no tiene en cuenta todas las dimensiones del fenómeno no es lo mismo que defender sus lógicas de extracción de datos ni justificar el rumbo que está tomando la evolución de estas corporaciones.** Que un puñado de empresas controlen el mercado de los datos y trafiquen de manera salvaje con la información personal es un problema de primer orden de nuestra sociedad. Pero **para empezar a resolverlo, debemos aprehenderlo en toda su complejidad. Y para eso, nunca alcanzará un único libro o mirada.**

## Bonus Tracks

- Book Review: *The Age of Surveillance Capitalism: [The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power](#)* by **Sam di Bella**
- Reseña de **Sébastien Broca**: [Vigilar y predecir](#)
- Documental: *El capitalismo de vigilancia*

**[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)**

Fotografía: HIPERMEDIACIONES

**Fecha de creación**

2020/09/15