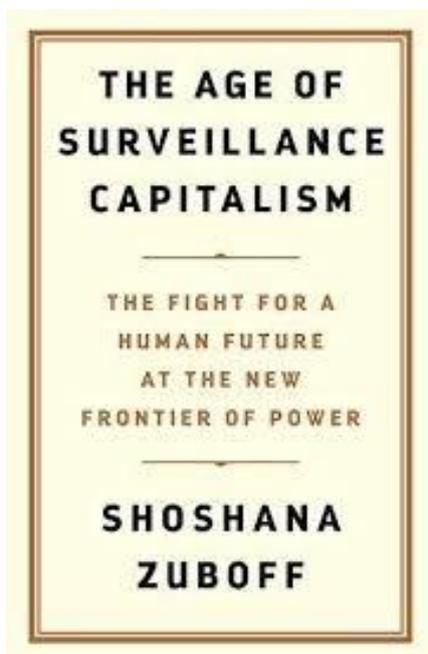


**Reseña de The age of surveillance capitalism
(Hachette Book Group, 2019) de Shoshana
Zuboff**

Esteban Magnani¹

Recibido: 27/07/2020; Aceptado: 20/08/2020

Cómo citar: Magnani, E. (2020). Reseña de The age of surveillance capitalism (Hachette Book Group, 2019) de Shoshana Zuboff. *Revista Hipertextos*, 8 (14), pp. 165-171. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e024>



Ficha técnica:

Título: The age of surveillance capitalism

Año de edición: 2019

Autora: Shoshana Zuboff

Editorial: Hachette Book Group [Versión E-Book]

Ciudad de edición: New York

Págs: 704

¹ Lic. en Ciencias de la Comunicación (UBA) y MA. en Media and Communication (London University). Es docente en la Facultad de Cs. Sociales de la UBA y director de la Lic. en Medios Audiovisuales y Digitales de UNRaf. Es autor de varios libros sobre historia de la ciencia y sobre el vínculo entre tecnología y sociedad. El último es "La jaula del confort". Más información y contacto en www.estebanmagnani.com.ar

1. Introducción

La actual etapa del capitalismo plantea un problema para las ciencias sociales: las categorías conocidas hacen agua por todos lados y las que se crean no alcanzan para achicar el agua con suficiente velocidad antes de que golpee una nueva ola de fenómenos inesperados. Con regularidad creciente surge una nueva filtración, campaña de desinformación o modelo de negocios que sacude las teorías y dificulta la posibilidad de encajar las nuevas partes en una narrativa coherente, abarcativa y sólida, capaz de detectar las fuerzas determinantes para moldear la actualidad, en un mundo confuso en el que, además, lo viejo tampoco termina de morir.

Dentro de esa dificultad para avanzar, al menos crece un consenso entre los analistas acerca de la necesidad de comprender el modo particular de acumulación de las grandes empresas tecnológicas: ¿Cómo explicar de otra manera que corporaciones que rondan apenas las dos décadas como Facebook y Google se cuenten entre las de mayor cotización bursátil del mundo? ¿Cómo explicar que hasta las viejas industrias colocan sensores en sus maquinarias para datificar procesos productivos que realizan desde hace décadas analógicamente? ¿Cómo explicar que un dispositivo se haya transformado en una extensión de los sentidos y en un intermediador privilegiado de todo tipo de actividades en menos de quince años para la mayor parte de la humanidad? De la misma manera que Marx (1974) señalaba las fortunas que emergían repentinamente “como hongos” gracias al nuevo modo de acumulación, es necesario dar cuenta de cómo los datos han permitido una carrera meteórica a un puñado de ellas y mientras el resto intenta emular su modelo.

Numerosos autores de obras recientes han intentado responder estas preguntas; entre ellos se cuentan “The attention merchants” de Tim Wu (2016), “Capitalismo de plataformas” de Nick Srnicek (2018) o “Capital is dead: is this something worse?” de McKenzie Wark, por citar solo a los que ponen el mayor énfasis en una nueva economía centrada en los datos. Pero entre estos esfuerzos por catalizar la esencia novedosa del capitalismo actual se destaca “The age of surveillance capitalism” de la filósofa Shoshana Zuboff (2019), aún no traducido al castellano (al menos, al momento de escribir esta reseña). Esta obra brinda una narrativa comprehensiva que pivota entre la genealogía de empresas que requieren conceptos nuevos para explicar su éxito, hechos e historias que forman puntos a unir para hacer visible la gran figura, además de herramientas teóricas conocidas y otras nuevas que permitan dar cuenta de esto que, según Zuboff (y muchos otros), está ocurriendo sin hacerse evidente a primera vista. Justamente una de las mayores dificultades es que “Cuando encontramos algo sin precedentes, automáticamente lo interpretamos a través de las lentes de las categorías que nos son familiares haciendo invisible precisamente aquello que no tiene precedentes”. Y agrega que estábamos “[...] sin ninguna preparación para defendernos de nuevas compañías con nombres imaginativos dirigidas por jóvenes genios que parecían capaces de proveernos exactamente con lo que ansiábamos por poco o ningún costo” (ref. En Introducción – Capítulo I – subcapítulo IV – Primer párrafo. Traducción propia). Sin embargo, luego de un par de décadas se puede romper la pantalla para ver qué hay del otro lado.

El capitalismo ha encontrado en los datos un nuevo territorio a explotar:

Son como los 'titanes de fin de siglo XIX' que reclamaban los territorios indefensos para sus propios intereses, declaraban la corrección de sus prerrogativas para autorizarse a sí mismos y defendían su nuevo capitalismo de la democracia a cualquier precio. Al menos en lo que

respecta al caso de los EE.UU., ya hemos estado aquí (ref. capítulo IV, subcapítulo II, párrafo 18. Traducción propia).

De esta manera estos emprendedores tecno pueden empujar hacia adelante, siempre provisoriamente, el límite de un modo de acumulación que necesita expansión y nuevos territorios en donde acelerar la acumulación por medio del despojo (De Angelis, 2012; Harvey, 2004; Bonefeld, 2012; Gilly y Roux, 2009). Lo novedoso es que la acumulación por despojo ha dado un nuevo giro y ahora mercantiliza acciones, deseos y emociones objetivados como datos.

2. La sujeción y la economía

Zuboff recorre la historia de su propio análisis que comenzó por investigar lo que en principios parecían errores, excesos, respecto del modo en que estas plataformas trabajaban. Sin embargo, luego de un tiempo debió aceptar que, en realidad, “el capitalismo informacional había tomado un giro decisivo hacia una nueva lógica de acumulación, con sus originales mecanismos, imperativos económicos y mercados” (ref Capítulo I, subcapítulo IV, párrafo 5). Traducción propia.). Para dar cuenta de ese giro era necesario construir nuevas herramientas teóricas sin desconocer muchas preexistentes. A eso se dedica el libro.

¿Qué es lo que preocupa a la autora? Entender cómo el poder blando del capitalismo actual es capaz de utilizar grandes cantidades de datos tomados de fuentes lo más variadas posible para alimentar algoritmos de inteligencia artificial y así ajustar, arrear y condicionar el comportamiento humano en función de los intereses de las corporaciones u organizaciones que acceden a esos recursos:

El capitalismo de vigilancia reclama unilateralmente la experiencia humana como materia prima gratuita para traducirla en datos de comportamiento. A pesar de que una parte de estos datos son aplicados a productos o mejorar servicios, el resto es declarado como *plusvalía de comportamiento* propietaria para alimentar en procesos de manufactura avanzada, procesos conocidos como ‘inteligencia maquina’, y transformada en *productos de predicción* que anticipan lo que harás ahora, pronto o más tarde (ref. Introducción, capítulo III, párrafo 1. Traducción propia).

Lo que hace la autora, quien también es doctora en psicología social de la Universidad de Harvard, es poner el énfasis en la matriz económica del capitalismo actual destacando el rol fundamental que tienen en ellos los procesos de sujeción, sin los cuáles la teoría económica quedaría flotando en el aire. Para poder explicar el vínculo entre ambos da cuenta del novedoso mercado de comportamientos futuros en que se venden y compran las potenciales acciones humanas que permitirán monetizar esos datos.

Pero Zuboff no cae en la trampa de la manipulación entendida como un poder externo, sino como uno que, por medio de los datos, logra detectar fisuras para colarse y entretrejerse entre deseos, emociones y frustraciones sin llegar a la consciencia del sujeto. Somos seducidos por las nuevas herramientas que prometen facilitarnos la vida, algo que de hecho ocurre, pero con un costo:

Bajo este nuevo régimen, el preciso momento en que nuestras necesidades se satisfacen, es también el preciso momento en que nuestras vidas son saqueadas en busca de datos de

comportamiento, todo para la ganancia de otros. El resultado es una perversa amalgama de empoderamiento inextricablemente envuelto en una debilidad frente al nuevo poder (ref. capítulo II, subcapítulo VI, párrafo 4. Traducción propia.).

Si la tentación de hacer todo tan simple no alcanza, está la presión social, laboral, educativa, económica, afectiva, etc. para sumarnos, como bien explicaba Van Dijck (2016). Y si es necesario más para empujarnos a los brazos de las corporaciones sin protección, está la amenaza como último recurso: si usted no acepta las condiciones de uso, el servicio no funcionará de manera correcta y esto puede ser un riesgo. Donde haya una objeción surgirá una nueva razón: lo importante es que nadie quede afuera a menos que esté dispuesto a transformarse en un paria de vida ineficiente y rudimentaria.

Zuboff explica cómo se llegó a desarrollar este mecanismo destacando el rol pionero de Google. En 1998 Serguei Brin y Larry Page publicaron un *paper* contando sobre el algoritmo de búsqueda que resultó revolucionario para su tiempo porque tomaba en cuenta las referencias de otros sitios para determinar la relevancia (Pasquinelli, 2009). Así es como captaban pequeñas decisiones individuales para acumular y organizar inteligencia colectiva. Pero el hallazgo técnico no traía un modelo de negocios bajo el brazo y los creadores incluso pensaron en vender la empresa por setecientos cincuenta mil dólares (Siegler, 29/9/2010). Luego del rechazo de la oferta llegó la epifanía: usar el mercado publicitario recargado con datos precisos sobre los intereses y deseos de las personas. Gracias a la prueba y error, la plataforma se transformó en un gigantesco laboratorio donde ensayar estímulos sobre millones de personas diariamente y a registrar en detalle cada uno de sus gestos: así se daba la posibilidad de saber quiénes harían *click* en qué publicidad y cuál sería el mejor color, argumento, la mejor tipografía, horario, etc. para lograrlo. Los datos comenzaban a mostrar todo su potencial. En 2001 Google facturó 86 millones de dólares en publicidad. En 2004, cuando salió a la bolsa, llegó a los 3.500 millones. Alphabet, la corporación de la que Google sigue siendo la principal compañía, continúa un ritmo creciente de facturación y llegó a los 161.857 millones de dólares en 2019, más del 80% proveniente del mercado publicitario. Las demás empresas miraban obnubiladas de envidia esta meteórica carrera, buscando adaptar su producción a un modelo de negocios similar basado en datos, sobre todo cuando comenzó a quedar claro que el modelo no solo permitía sobrevivir a la crisis de las puntocom, si no abrir nuevos territorios para la acumulación. Como dice Zuboff,

En algún momento, los capitalistas de vigilancia descubrieron que los datos de comportamiento de mayo valor predictivo provenían de intervenir lo que estaba ocurriendo en tiempo real para alentar, persuadir y arrear comportamientos hacia fines rentables. Las presiones competitivas produjeron este cambio en el que procesos de máquinas automáticas no solo *conocen* nuestro comportamiento sino que lo *moldean* a escala. Con esta reorientación desde el conocimiento hacia el poder, ya no resulta suficiente automatizar los flujos de información *acerca* de nosotros; el objetivo es *automatizarnos a nosotros*.

Una caravana partía a la conquista de los mercados conocidos y por conocer y todos querían subirse a ella. En ese territorio virgen se aprovecharon los vacíos y el desconocimiento para explotar prácticas que no se entendían pero que, poco a poco, comenzarían a preocupar a ciudadanos y autoridades. Los mecanismos internos del capitalismo empujan al sistema en un solo sentido, la maximización de la ganancia. Este norte inapelable explica cómo cada uno de los supuestos errores de estas plataformas constituye, en realidad, parte del modelo de negocios. A

las corporaciones les alcanza con pedir disculpas o pagar multas cuando esos “excesos” salen a la luz, pero se siguen desarrollando en las sombras con todo el poder que permite la mejor combinación de dinero, tecnología y cerebros que haya visto la humanidad probablemente desde el proyecto Manhattan. El objetivo final es lograr la certeza sobre los comportamientos futuros, un horizonte tal vez inalcanzable, pero al que estas corporaciones se acercan palmo a palmo cada día gracias a su creciente capacidad para acumular datos y procesarlos.

Zuboff hace un consistente análisis de Pokémon Go para ejemplificar de qué está hablando. El irresistible juego se desarrolló al filo de la tecnología y se lanzó en 2016. La capacidad de Pokémon para “arrear” (como le gusta insistir a Zuboff) a la gente con los pokémones como carnada, permitió para concretar las visitas (footfall) a comercios particulares que pagaban comisiones por cada visitante de la misma manera que en el mundo digital se paga por *clicks*.

El éxito de este modelo de acumulación obliga a reflexionar acerca lo que entendemos como ser humano. Zuboff retoma la simplista mirada del conductismo radical de Burrhus Skinner. La teoría de este psicólogo que tuvo su auge en los años 50’ señala que el comportamiento de los seres humanos no es tan distinto del de otros animales. Eso que algunos podrán llamar consciencia de sí o alma, no es más que el nombre que le ponemos a un fenómeno que solo es cuantitativamente inaccesible, pero que no tiene nada en especial desde lo cualitativo. Skinner demostraba en su laboratorio que alcanza con palancas, quesos y descargas eléctricas para condicionar una rata. El resultado demostraba que si se tenían los datos y se manipulaban las variables correctamente el comportamiento de los roedores se tornaba totalmente previsible. Según su teoría, el comportamiento humano solo se diferenciaba del de las ratas en que la cantidad de variables es mucho mayor. Para medirlas todas sería necesario crear un laboratorio imperceptible capaz de registrar cada detalle para aprender a predecir o, incluso, moldear las acciones de los sujetos. Esta hipótesis resultaba indemostrable en tiempos de Skinner, pero las plataformas del siglo XXI permitieron contrastarlo en experimentos concretos pensados en función del mercado pero que algunas pocas veces llegan incluso a transformarse en *papers* científicos (Corbyn, 2012).

Para Skinner la libertad es ignorancia. Cuando esta última se elimine gracias a los datos (casi) infinitos la primera se desvanecerá como una ilusión creada para ocultar una incapacidad temporaria. La autora cita a numerosas declaraciones de quienes promocionan el poder de las herramientas digitales para moldear el comportamiento humano; muchos de estos discursos celebratorios son dados por especialistas que poco saben de ciencia y que probablemente ni siquiera conozcan a Skinner, pero como explica Zuboff, lo que les importa es la efectividad de sus prácticas y no la fragilidad de esas teorías. Esa sección resulta particularmente incómoda para la autora y, ¿por qué no?, también para el lector que espera una teoría superadora que dé cuenta del poder de los datos para deconstruir el comportamiento humano pero no implique que es solo una maquinaria previsible. Esa respuesta nunca llega, al menos en el libro.

3. La sociedad de los datos

The age of surveillance capitalism ofrece una mirada abarcadora y llena de ejemplos. Para la autora, Apple, Facebook o Google lograron dar respuesta a los individuos creados por una “segunda modernidad” (opuesta a la primera modernidad fordista e igualadora) que está centrada en los derechos individuales más que en las soluciones colectivas: “la inestabilidad de la

segunda modernidad es también el resultado de cambios institucionales en las políticas económicas y sociales asociadas al paradigma neoliberal y su crecimiento hacia la dominación”. Lo paradójico es que montados sobre la necesidades de estos nuevos individuos se profundizó una desigualdad económica y social que "retrotrajo la situación a un patrón preindustrial ‘feudal’, pero que no nos ha cambiado a nosotros, la gente. No somos campesinos analfabetos, siervos o esclavos”. De esa paradoja emergen tensiones cuyas manifestaciones se ven a diario entre ese mundo de perfección que nos seduce desde las pantallas y una realidad que se desborda de los intentos por contenerla con fantasías luminosas en las pantallas. Tal vez uno de los ejemplos más crueles de esta disputa sea la disforia de clase que sufren, por ejemplo, los repartidores que pedalean sin derechos laborales pero con la fantasía evanescente de que son emprendedores del Siglo XXI.

4. Conclusión

Si bien la sucesión de modos de producción fue siempre parte sustancial de la constitución de los modos de sujeción, en la actualidad esta capacidad se amplifica a niveles insospechados, haciendo ya no solo del trabajo, la familia o las relaciones sociales espacios de reproducción del capital sino también a la vida interior misma de los sujetos: “Las extremas asimetrías de conocimiento y poder que se acumularon hasta formar el capitalismo de vigilancia derogan estos derechos elementales a medida que nuestras vidas se transforman en datos, expropiados y reconfigurados en nuevas formas de control social, todo al servicio de los intereses de otras personas y sin nuestra conciencia ni medios para combatir”. El desarrollo de estas técnicas no es una novedad meramente tecnológica, como bien señala Zuboff. De hecho, es parte también de un proyecto político neoliberal que busca el "gobierno de las emociones" y una "economía de la felicidad" (Murillo, 2018) como señalan otros autores.

Sobre el final de la extensa obra, la autora cierra poniendo el énfasis en la necesidad de tomar conciencia de los mecanismos ocultos detrás de la pantalla, ese *black mirror*, para poder desarticularlos en base a un refuerzo de los procesos democráticos: “Este ciclo se verá roto solo cuando reconozcamos como ciudadanos, como sociedades, y sobre todo como civilización que los *capitalistas de vigilancia saben demasiado como para considerarlos parte de la libertad*”.

En cuanto a la descripción profunda y acabada para conocer los mecanismos ocultos que explican la acumulación de dinero, datos, conocimiento técnico y capacidad de estimular a los sujetos, la autora logra su objetivo. Pero este parece ser solo el comienzo de una lucha por recuperar el control que no resultará fácil, sobre todo porque el adversario se está acomodando muy confortablemente en nuestro interior.

Referencias

- Bonefeld, W. (2012). La permanencia de la acumulación primitiva: fetichismo de la mercancía y constitución social, *Revista Theomai*, N°26.
- Corbyn, Z. (2012, 12 de septiembre). Facebook Experiment Found to Boost U.S. Voter Turnout. *Scientific American Magazine*.
- De Angelis M. (2012) Marx y la acumulación primitiva. El carácter “continuo” de los cercamientos capitalistas. *Revista Theomai*, N°26.

- Gilly, A. y Roux, R (2009). Capitales, tecnologías y mundos de la vida. El despojo de los cuatro elementos. En Arceo E. y Basualdo E. (comps.) *Los condicionantes de la crisis en América Latina*. (pp. 27-52). Buenos Aires: CLACSO.
- Harvey, D. (2004). El “nuevo” imperialismo: acumulación por desposesión, *Revista The Social Register*, 99-129.
- Magnani, E. (2014). *Tensión en la Red*. Buenos Aires: Autoría.
- Magnani, E. (2019). *La jaula del confort: Big Data, economía y neurociencia*. Buenos Aires: Autoría.
- Marx K. y Engels, F. (1974). *Obras Escogidas*. Moscú, URSS: Editorial Progreso. Tomo II.
- Murillo, S. (2018). Neoliberalismo: Estado y procesos de subjetivación. *Revista de la Carrera de Sociología*, 8(8), 392-426.
- Pasquinelli, M. (2009) Google’s PageRank Algorithm: A Diagram of the Cognitive Capitalism and the Rentier of the Common Intellect. En Konrad Becker y Felix Stalder (eds.). *Deep Search: The Politics of Search Beyond Google*. London: Transaction Publishers.
- Siegler, MG (2010, 29 de septiembre). When Google Wanted To Sell To Excite For Under \$1 Million — And They Passed, TechCrunch. Disponible en <https://techcrunch.com/2010/09/29/google-excite/>
- Snowden, Edward (2019). *Permanent record*. London: Metropolitan Books.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Wark, McKenzie (2019). *Capital is dead: is this something worse?*[Versión E-book]. London: Verso books.
- Wu, T. (2016). *The attention merchants* [Versión E-book]. Nueva York: Alfred A. Knopf.