

### ¿Tus secretos? No, no, vendemos tu vida entera

José Luis Molina

Universitat Autònoma de Barcelona

#### RESEÑA

Zuboff, Shoshana (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affairs. 366 pp.

Contacto con el autor: José Luis Molina ([jose Luis.molina@uab.cat](mailto:jose Luis.molina@uab.cat))

\*\*\*

¿Qué puede añadir una reseña del libro de Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*, publicada en la Revista REDES, a las ya excelentes reseñas publicadas en todo el mundo<sup>1</sup>? Quizás la perspectiva relacional, si la hubiera, o quizás también una reflexión sobre el conocimiento sobre el mundo social que proporciona el análisis masivo de las trazas de la conducta versus el estudio de los significados del individuo conectado. Veremos qué da de sí esta mirada.

Y es que como decíamos en un [mensaje](#) en la lista [REDES](#), Zuboff es mundialmente conocida desde 1988 por su trabajo *In the Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power* el cual cambió la manera de ver la tecnología, el trabajo y las organizaciones, ya antes de la era de internet. Ahora, desde su cátedra de la Harvard Business School, nos ha vuelto a dejar sin aliento.

Su argumento es sencillo: el capitalismo ha conseguido ampliar la extracción del valor del trabajo a la totalidad de la experiencia humana y para ello ha desarrollado una estrategia basada en el secreto, la influencia política, la hiperescala, la aplicación intensiva de la inteligencia artificial y la colonización del espacio físico, más allá del medio digital. "El objetivo es automatizarnos", dice la propia Zuboff en una entrevista en [The Guardian](#). No se trata de una distopía literaria sino de una descripción precisa de nuestra realidad cotidiana. Vayamos por partes.

#### EL CAPITALISMO DE VIGILANCIA

El "capitalismo de vigilancia" consiste en la extracción, sin conocimiento por parte de los usuarios, de los metadatos asociados a sus interacciones con servicios digitales o aparatos "inteligentes". Estas interacciones aportan informaciones tales como la hora, el idioma, la localización geográfica, la frecuencia, el contenido y, agregadas en hiperescala (millones de usuarios), permiten desarrollar perfiles de usuarios y sistemas predictivos de su conducta extraordinariamente fiables. Estos sistemas predictivos se venden a anunciantes que pueden de esta forma personalizar la publicidad ad infinitum, pero también a todos aquellos clientes que precisen de la modificación de la conducta de millones de personas, incluido su voto en unas elecciones (ver por ejemplo el caso [Cambridge Analytica](#)). Por lo tanto, la creciente interacción comunicativa con máquinas proporciona el material bruto de la predicción y modificación de la conducta humana.

Zuboff describe con detalle los detalles de este "descubrimiento". Inicialmente Google utilizaba estos metadatos para mejorar su servicio. Sin embargo, la presión por parte de los accionistas para obtener beneficios le llevó a usar esta información para personalizar los anuncios de los usuarios. El éxito económico fue total. Una vez descubierta esta mina de oro, diversos directivos desarrollaron una estrategia para su optimización que incluía la experimentación masiva, el secretismo, el cabildeo político y la extensión de la extracción a todos los ámbitos de la experiencia. En esta nueva era fue también importante la connivencia con las diversas

<sup>1</sup> Ver por ejemplo la reseña de James Bridle, en [The Guardian](#), la de Sébastien Broca en [Sin Permiso](#) o la de Evgeny Morozov en [El Salto](#).

administraciones estadounidenses después de los ataques del 11 de septiembre de 2001, que precisaba de información masiva y detallada de sus ciudadanos. Google, Facebook, Microsoft, Apple, Amazon, Verizon... empezaron a dominar el mundo y pronto China hizo lo mismo con sus propios servicios. El capitalismo de vigilancia no entiende de sistemas ni de ideologías políticas.

## LA CONQUISTA DE EL DORADO

Aunque se puede entender el súbito cambio de prioridad de la seguridad por encima de la privacidad a partir de los acontecimientos del 11 de septiembre, es difícil explicar un cambio cultural tan formidable en todo el mundo como es el de la promoción y aceptación de la vigilancia masiva sistemática.

Zuboff explica este cambio en los siguientes términos: el apoyo de Google a Obama para ganar las elecciones con sus capacidades únicas de influencia, el cabildeo millonario y sistemático para confundir los intereses privados y los públicos, las puertas giratorias entre las tecnológicas y las administraciones estadounidenses y -lo más llamativo en mi opinión-, la campaña por seducir a los académicos y la opinión pública en general sobre las ventajas de esta nueva era, coadyuvaron a este cambio cultural.

Para ello utilizaron un modelo de uso "libre" que ahora es bien conocido: "incursión, habituación, adaptación y redirección". Gmail, Whatsapp, Google Maps son ejemplos de este cambio cultural y desposesión planificada, basado en servicios aparentemente gratuitos que se adoptan de forma rutinaria y que constituyen la base del control.

Este cambio cultural es comparable a la conquista española de América, donde los "adelantados", los conquistadores, proclamaban su derecho a la colonización de una nueva tierra en nombre de Dios, del Papa y del rey. Parafraseando el edicto real de 1513 que confería la autoridad a los adelantados y la sumisión de los indígenas, Zuboff relata la lógica de las tecnológicas en estos términos:

"Reclamamos la experiencia humana como material bruto listo para ser apropiado libremente. Sobre la base de esta reivindicación ignoramos los derechos, intereses, conciencia y comprensión de los usuarios. Afirmamos nuestro derecho a transformar este material bruto en datos conductuales derivados de la experiencia humana. Es nuestro derecho tomar y poseer lo que los datos revelan. Es nuestro derecho decidir cómo usar nuestro conocimiento".

El secreto total de las operaciones de las tecnológicas es parte fundamental de esta estrategia de apropiación de valor.

## LA INVASIÓN DE LOS LADRONES DE CUERPOS

Con este subtítulo llamativo intentamos expresar la estrategia de los gigantes tecnológicos para conquistar el espacio físico. Zuboff analiza dos ejemplos en profundidad: Google Street View y PokemonGo. El primero es un ejemplo clamoroso de cómo conquistar, sin pedir permiso a nadie, la tierra entera... y venderla a continuación. El segundo de cómo hacer confluir el mundo digital y el mundo físico para recomendar publicidad de lugares basados en la geolocalización de los "jugadores". El mundo digital no es suficiente, es necesario capturar el mundo entero. Todos los dispositivos "inteligentes" se han apuntado al juego de la extracción de datos sin permiso. Por ejemplo, el Roomba no solamente barre, sino que envía información sobre la configuración física de las viviendas y, lo que es peor, si se deshabilita esta funcionalidad, funciona mucho peor. Google Glass promete controlar cualquier detalle en tiempo real para poder actuar en consecuencia. Y los ejemplos se multiplican. Nada se escapa de la mercantilización de la vida.

## EL DERECHO AL FUTURO

Soshana Zuboff no solamente analiza la realidad, sino que proclama la necesidad de preservar el derecho a elegir y decidir sobre nuestro futuro. A ser consultados. Al derecho a la privacidad. A disponer de un espacio seguro o santuario. De ahí el subtítulo "The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power". En este sentido aplaude los progresos en Europa, con la aprobación del Reglamento Europeo de Protección de Datos, y coincide con Piketty (2014) en que el mercado no se puede dejar a sus anchas sin un control democrático. Zuboff ha tenido la valentía de destapar las bases de la riqueza y el poder de los gigantes tecnológicos. Ahora bien, el cambio cultural es tan formidable que probablemente no hay vuelta atrás.

## CONCLUSIONES ACADÉMICAS

El libro de Zuboff da qué pensar. En primer lugar, por el triunfo descarnado de los postulados de Skinner para las ciencias sociales, según los cuales las conductas dicen mucho más de los individuos que lo que ellos saben de sí mismos y, sobre todo, que para

obtener un conocimiento preciso de los individuos no es necesario tener en cuenta los estados mentales y sus significados (Skinner, 2011). Alex Pentland en su libro *Social Physics* (2015), lo suscribe. ¿Dónde quedan las humanidades y las ciencias sociales que hemos conocido y que consideraban que lo cualitativo, los testimonios, las historias, eran importantes para entender el mundo? Quizás la explicación es más sencilla: lo que tienen en común estas ciencias sociales "computacionales" es su vocación transformadora de la realidad, es una colonización de la "ingeniería" del conocimiento descriptivo, donde la clave no es entender sino transformar, donde la clave no es dudar de nuestros presupuestos como el individualismo metodológico o el reduccionismo neurológico de las charlas TED, sino profundizar en la línea de lo que *sirve*, de lo que *funciona*, aún pagando el precio de no saber descifrar la complejidad del algoritmo que lo hace posible Y es que en realidad Zuboff no está describiendo la apropiación de la experiencia individual, sino como bien

sabemos en REDES, de la apropiación de la sociedad humana por un neo-utilitarismo que afirma que lo que funciona es verdadero (Le Mouël, 1992). Aún pesimista, quizás queda espacio para una ciencia social independiente de la acción. Aunque pensándolo bien, no creo que nadie esté interesado en financiarla.

## REFERENCIAS

**e Mouël, J. (1992).** *Crítica de la eficacia: ética, verdad y utopía, un mito contemporáneo*. Barcelona: Paidós.

**Pentland, A. (2015).** *Social Physics: How social networks can make us smarter*. New York: Penguin.

**Piketty, T. (2014).** *Capital in the Twenty-First Century*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

**Skinner, B. F. (2011).** *About behaviorism*. New York: Vintage Books Edition.

**Enviado:** 03-06-2019

**Aceptado:** 03-06-2019

