

Reseña: Zuboff, S. (2020). *La era del Capitalismo de la Vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder* (A.S. Mosquera, Trad.). Planeta

Atzin Espinosa Miranda¹

Sección: Reseñas

Recibido: 04/09/2021

Aceptado: 15/09/2021

Publicado: 20/11/2021

¿Qué pasa cuando se unen los propósitos capitalistas con tecnología de punta y el mundo digital? ¿Qué sucede si además las primeras compañías tecnológicas que notaron el potencial de explotación del mundo digital no tenían trabas legales? ¿En qué resulta la explotación de datos con ayuda de algoritmos, investigadores, analistas expertos e inteligencia artificial? Shoshana Zuboff se encarga de realizar un exhaustivo análisis e investigación de las problemáticas que surgen cuando el capitalismo se adentra en el mundo digital en su libro *La era del Capitalismo de la Vigilancia: La Lucha Por un Futuro Humano Frente a las Nuevas Fronteras del Poder*.

La socióloga y ex profesora de *Harvard Business School* fue una observadora y crítica del *Big Tech* (*Google, Facebook, Amazon, Microsoft* y *Apple*) desde su comienzo. Su formación filosófica junto con interés psicosocial la llevaron a cuestionar las actividades del capitalismo bajo las manos de inversores en *Silicon Valley* y jóvenes con interés en las nuevas posibilidades tecnológicas y digitales. Fue la primera mujer en Estados Unidos en especializarse en este tema. Buscando respuestas, Zuboff siguió las prácticas de múltiples empresas, asistió a diversas conferencias de sus CEOs, leyó sus políticas y términos de uso, y durante tres años realizó más de 50 entrevistas a científicos de compañías de alta tecnología. Además consultó con científicos de datos y desarrolladores de software para tratar de entender las prácticas de las compañías emergentes de tecnología de la información. Así llega a la conclusión y tesis central del libro: nos encontramos bajo el “Capitalismo de la Vigilancia”.

Shoshana Zuboff acuña y describe el término como un *nuevo orden económico* que hace uso de *la experiencia humana, extraída* de los usuarios, *sin*

¹ Estudiante de la licenciatura en Lengua y Literaturas Hispánicas en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: esatzin@gmail.com

su consentimiento y violentando sus derechos, como materia prima para prácticas comerciales. Prácticas que van desde la *predicción del comportamiento* hasta su *manipulación*. Esta *explotación política y financiera alimenta las ventas y el éxito de las compañías* (Zuboff, 2018). Las redes de vigilancia ilegal, y sistemas de modificación del comportamiento son diversas, cambiantes e inteligentes. Ahora, 3 años después de la publicación del libro, podemos notar mutaciones de este tipo de capitalismo que alteran con más efectividad el comportamiento y emociones de las masas. En el libro nos detalla en qué circunstancias se decidió que los datos extraídos del comportamiento en línea deberían ser usados para generar un conocimiento exclusivo para prácticas comerciales; que ignoraban por completo el bienestar o los derechos humanos básicos.

El texto comienza con un recuento de diversos eventos que permitieron gradualmente la fundación del capitalismo de la vigilancia. Nos proporciona un contexto histórico, así como una detallada descripción de los giros que dieron las compañías pioneras en la extracción de datos. Habla sobre los papeles de tipos de pensamientos que cambiaron los rumbos de empresas como Facebook, que antes de la influencia de Sandberg, no se había situado como un gigante de publicidad, o una fuente de datos que pueden impulsar campañas políticas. Zuboff resalta los puntos en los que se cambiaron las posibilidades de un mundo digital, tan pronto como se redujeron al singular propósito de generar ganancias. Especialmente nos habla de *Google, Silicon Valley* y su influencia en los mercados futuros. La ausencia de leyes o de competencia le dieron extensas bases de datos a *Google*. Quien se encargaba de recopilar patrones de sus usuarios, información a la que tenía acceso exclusivo en ese momento, y cuyo potencial capitalista apenas se comenzaba a explorar. ¿Cómo esa misma empresa, al darse cuenta del potencial lucrativo, pasó de generar resultados relevantes, educativos y rápidos, a comercializar con las tendencias que notaban en sus usuarios? La diferencia entre saber: las palabras clave que se usan, las pautas de cliqueo, la redacción, ortografía, puntuación y tiempo de búsqueda; versus: entender qué anuncios garantizan atraer al usuario por haber generado un entendimiento previo de su perfil, las estrategias para incrementar cada vez más el tiempo en línea, la garantía de ser el resultado más visto (no por relevancia, sino por pagos), la monopolización de medios de información, incluyendo el entretenimiento masivo. Para luego crear algoritmos predictivos que no sólo buscan vender, sino también predecir o manipular para alinearnos lo más posible con los fines de las compañías.

Todos estos son hechos que parecen evidentes actualmente; por lo que merecen un nuevo repaso. Una segunda mirada crítica, acompañada de introspección. De esta forma, Zuboff invita al lector a cuestionarse ¿de qué manera me usan, me ignoran o me cambian estas interacciones digitales? Nos cuestionamos los servicios gratuitos, en apariencia, que realmente se basan en una naturaleza explotativa que ve a la persona detrás de la pantalla como un simple generador de datos.

El extenso recuento nos permite poner en el foco de atención a estos datos y algoritmos. Productos que se pueden vender a comercios, sectores gubernamentales, campañas políticas, escuelas de negocios, o simplemente a cualquier empresa o empresario que deseé explotar el entendimiento de los comportamientos humanos detectados para sus propios fines. Datos y algoritmos que acaban en herramientas especializadas para generar nuevos medios de producción. La individualización que resulta de saber crear perfiles exactos puede dar la ilusión de pertenencia, libertad y calma. Una lógica que esconde a quienes realmente se favorecen, ¿cómo podría ser dañina la promesa de cumplir los deseos personales? Además a cualquier hora, momento o lugar. En el libro, la autora señala las diversas maneras en las que este sistema, oculto de vigilancia y alteración de conducta, busca analizar y comprender comportamientos (ahora sabemos que son macro y micro) del usuario, para luego usar ese conocimiento para fines capitalistas. Es sencillo nombrar los mecanismos que se mejoran: estrategias de *marketing*, productos indudablemente llamativos, promoción de ideologías y aparentes soluciones a los problemas que detectan. Lo que comenzó con una perfilación del usuario para darle respuestas relevantes a su búsqueda, se convirtió en algoritmos excelentes para recolectar datos de tal modo que al analizarlos, se pueda predecir o modificar comportamientos.

¿Qué pasaría si las “soluciones” a los problemas que genera el mismo sistema se encuentran al alcance de un *click*? Una ilusión que se cae en cuanto con nos recuerda que estos algoritmos operan para beneficiar a los accionistas o dueños; que los sistemas poco sustentables a largo plazo, son los que más venden. El exhaustivo recuento histórico nos explica cómo se llega a la normalización de estas prácticas, lo que nos hace más susceptibles a ellas. En esta época ya vemos síntomas de tales prácticas. Algoritmos que se usan para hacernos adictos, proporcionarnos dopamina instantánea, entretenimiento ilimitado, a costa de cualquier otra cosa: la salud mental, emocional o del planeta se borran por completo. Para crear una cosmovisión distinta de los productos que se nos venden. La pregunta es: ¿hasta qué punto difiere con el capitalismo industrial?

La crítica y evaluación de Zuboff son relevantes, especialmente en una época en la que se requiere difusión informada de cómo operan las compañías que forman parte de nuestra normalidad digital y tecnológica. No obstante, conforme avanza el libro, se dejan atrás preguntas y posibles soluciones que se plantean como indispensables en un comienzo. Simultáneamente, se explica la migración del entorno digital a uno real. En esta parte del libro es donde, a mí parecer, se cae la crítica tan feroz y contundente. Aunque es cierto que las condiciones históricas del capitalismo de la vigilancia fueron únicas, es desacertado afirmar que no tienen “precedentes”. ¿Acaso las prácticas de esconder información, justificar violencia por fines lucrativos, explotar cualquier recurso al alcance o ignorar los derechos básicos, son nuevas para el capitalismo? ¿Realmente no existían las soluciones rápidas, poco sustentables y sin escrúpulos? ¿Es nuevo el desbalance de información, recursos o derechos en este sistema?

La crítica de las implicaciones en el mundo real no avanza mucho más. La novedad yace en las *herramientas*, no en la manera en la que opera la lógica capitalista. Hecho que se repite, paradójicamente, al igual que la frase “sin precedentes”. Esta paradoja teórica se reitera al afirmar que estas prácticas emergen junto con las compañías. Lo que me parece un error crucial, porque desvaloriza, aunque sea indirectamente, las críticas marxistas que se sostienen aunque las herramientas del capitalismo hayan cambiado. Similarmente, se reduce el tono anticapitalista, lo que resulta en ansiedad frente a un monstruo “nuevo”, según afirma Zuboff. Los fines son los mismos, van enfocados en mantener un orden político, social y conductual que beneficia a los dueños. ¿Cómo pelear contra estas nuevas herramientas que usa el capitalismo? Si se paga por difusión de contenido para causar una reacción premeditada. Si la información a la que podemos acceder es basta, pero las preguntas que nos permiten hacer son limitadas. El miedo de que se nos “programe” o “controle” toma formas más concretas después de esta lectura, pero no se ofrece suficiente crítica anticapitalista como para iniciar movimiento académico o político. ¿Qué realidad existiría si estas mismas herramientas se usarán para fines en beneficio de la mayoría? ¿Cómo dar pasos hacia esa realidad?

Al concluir mi lectura, no me quedó claro para quién está destinado el libro. Dejando atrás la extensión, que abunda en repetición tediosa, los cambios abruptos de estilo; me parece absurdo creer que un trabajador de rango medio o alto que desea triunfar en el mercado actual, cambie al cerrar el libro. El poder de influencia de saber: qué vender, cómo y cuándo promover, logra generar empresas exitosas en un mundo capitalista. Poder anhelado, peleado y verdaderamente deseado por una mayoría que parece estar en crecimiento. La capacidad para cambiar los modelos de venta, satisfacer, aunque sea temporalmente, al consumidor, genera un ciclo complejo de percibir o frenar. En los últimos años se han sumado personas de todas las ramas para complementar, con herramientas psicológicas, por ejemplo, los algoritmos e inteligencia artificial destinada a favorecer el capitalismo. Todo con la plena conciencia de generar ingresos, de vender productos que claramente no son sólo materiales a costa de lo que sea o quien sea. Por otra parte, para los estudiantes, teóricos o personas que tengan estos mismos cuestionamientos, nos deja con lo que parece un inicio inconcluso. No se acerca a una “lucha”; en consecuencia, tampoco ofrece una postura política o social contundente. A la vez, el análisis económico y filosófico demuestra inconsistencias.

REFERENCIAS

Zuboff, S. (2020). *La era del Capitalismo de la Vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder* (A.S. Mosquera, Trad.). Planeta (original publicado en 2019).



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional](#)