

En torno a la sociedad de control

POR ALBERTO PACHECO BENITES

La privacidad se transforma debido a la circulación de la información personal mediante redes. Sin embargo, el uso que el mercado hace de dicha información privada pareciera ser menos problemático que un impulso similar a manos del aparato estatal.

El mitridatismo se entiende como la resistencia que se puede adquirir frente a un veneno a partir del consumo de pequeñas dosis del mismo: hacerse resistente a sus efectos, a partir de un envenenamiento paulatino. Pues bien, en nuestra sociedad estamos mitridatizados con el descrédito de la privacidad -y de la intimidad-, así como con el uso de nuestros datos a manos del mercado. Por un lado, hemos consumido -poco a poco y en dosis pequeñas- prácticas que nos han transformado en una suerte de sujetos siempre expuestos, ajenos (e inmunes) a los efectos de un desmantelamiento de la privacidad. Por otro, estamos habituados (o, nuevamente, somos inmunes) a la idea de que ciertos devaneos por Internet nos demanden brindar datos 'personales' a algunas empresas, que los utilizan para hacer nuestras búsquedas de información (o rituales de consumo) más agradables o 'personalizadas'.

En general, nuestra tecnología digital de comunicación, toda la esfera de nuestros *social media*, reconfigura la dimensión privada e íntima del sujeto moderno, forjado desde el corazón de la sociedad decimonónica. Y es que, en dicha esfera se fundamenta una práctica generalizada de la exposición pública y abierta de lo privado, una apertura comunicacional y digital de nuestros relatos personales para 'compartirlos' en línea, algo que parece ser casi un valor en nuestro tiempo.

Sin embargo, a luces de lo ocurrido recientemente con relación a las estructuras de espionaje que EEUU configuró respecto al uso de Internet, así como con otros escándalos anteriores (el caso de WikiLeaks o las incursiones de Anonymous), pareciera que se retoma una cierta lucha

en pos de aquellos otros valores burgueses del siglo XIX (privacidad e intimidad). Como si, ante la intervención del Estado en el uso de datos, atender contra la privacidad movilizara pasiones que no se manifiestan cada vez que la economía de consumo *on line* se vale de ellos.

Réquiem por la intimidad privada o por la privacidad íntima

La privacidad, la idea de un espacio simbólico propio e íntimo, así como la configuración de una dimensión personal y de un 'yo interior', se establece definitivamente apenas hacia el siglo XIX

Recién en el marco del capitalismo industrial y el modo de vida urbano, se produce un cisma entre la idea de lo público y lo privado. Dicha división está relacionada con la aparición de la familia nuclear burguesa, con la división entre el tiempo de trabajo y de vida cotidiana y con la idea de comodidad y confort, que no existía en el medievo. A ello se suma la idea de un yo, de herencia cartesiana, que circula en el siglo XIX y que es a la vez un terreno profundo para cultivar (no es gratuito que también en dicho siglo la Psicología despuntara como disciplina científica orientada a tal dimensión) y un espacio legítimo -auténtico, verdadero- que se despliega a puertas cerradas, en la intimidad. Estas condiciones hacen posible, de acuerdo con la escritora argentina Paula Sibilía, que los relatos personales (diarios íntimos y cartas) sean la forma privilegiada de producción simbólica de la época (Sibilía, 2008).

Sin embargo, de cara a lo que ocurre en nuestro tiempo, la autora señala que la versión contemporánea de esos modos de construcción de la subjetividad (es decir, los actuales *blogs* o *video blogs*, los *reality shows*, el énfasis biográfico del mercado editorial popular, etc., en resumen, plataformas desde las que se muestra la dimensión personal de su autor o protagonista) genera una diferencia de fondo, que no se relaciona solo con tener un soporte distinto o una variedad de formatos. Por el contrario, lo que se reconfigura sería el mismo sentido de lo que es la intimidad y de lo que se entiende por privacidad.

Y es que, mientras la lógica de los diarios personales de antaño -en tanto íntimos- era ocultarse, los *blogs* (y demás plataformas de nuestro tiempo) no son íntimos sino 'éxtimos', y su lógica es mostrarse al amparo de un mundo de comunicación en tiempo real y redes digitales. Además, no solo manifiestan el mundo interior de los autores, sino que permiten la interacción y la hipervinculación de contenidos por parte de la totalidad de espectadores que habitan el no-lugar digital de la Red.

Podría decirse, a partir de ello, que quizás estamos inscritos dentro del escenario que ya planteaba el ensayista francés Paul Virilio en 1994: una 'cibernética sociopolítica' contra la que no habría opción alguna de resistencia. Acorde con el escritor, las tecnologías de la pantalla se oponen a toda actividad de memoria o reflexión, por lo que el gran poder de nuestras plataformas de comunicación reside en su 'velocidad absoluta de emisión' de todo tipo información multimediática (Virilio, 1997). Y es que quizás eso sea también lo que caracteriza nuestra versión de la privacidad, distinta a aquella profunda y personal que se buscaba 'cultivar' hacia el siglo XIX, aún inscrita en una lógica de reflexión.

Frente a una intimidad personal, individual, cercada por los muros de un hogar cerrado (todas

estas dimensiones en sintonía con el espíritu disciplinar moderno), asistimos más bien al surgimiento de una suerte de intimidad exterior, sin privacidad -abierta, de superficie- que en lugar de pretender cultivarse o afianzarse busca conectarse, compartirse, diluirse. El énfasis de nuestra versión de lo privado sería precisamente el de dicha 'velocidad absoluta de emisión', donde nuestra intimidad sería más bien un flujo para compartir. Cabe pensar, pues, cómo la máxima de cualquier contenido actual en Internet es la circulación, el contar con una información que siempre se comparta, configurando un norte siempre viral.

Confesión y control

Al respecto de esta situación, la propia Sibilia plantea que se trataría de un funcionamiento del poder sustentado en la lógica confesional, tal cual ha sido planteada por el filósofo francés Michel Foucault. Así, los innumerables relatos 'personales', repartidos a través de los soportes digitales, serían parte de una sociedad confesional de cuño reciente en la que estaríamos inscritos.

Sin embargo, en los últimos cinco años (tiempo que nos separa desde la publicación de la escritora argentina), el alcance de dichas plataformas para la elaboración de relatos personales ha sido ampliamente superado por el que han tenido otras plataformas donde, en cambio, no prima el relato personal, sino la mera exposición abierta de (nuestros) datos en red y el contacto entre usuarios: las redes sociales (Facebook, Twitter, Google+, etc.), en las que los usuarios comparten información (círculos sociales, preferencias de consumos...)[2], sin el afán necesario de la construcción de una narrativa. Un escenario en el que, en cambio, somos *dealers* de nuestros datos 'privados' circulando a través de todas las esferas de comunicación digital.

En el último lustro, estas plataformas se han constituido como la principal tribuna desde la cual se sigue reconfigurando la idea de privacidad. Así, ya en 2007, el escritor polaco Zygmunt Bauman ponía énfasis en el rol que estas redes jugaban dentro del escenario social y, en una línea que no está alejada de la propuesta de Sibilia, señalaba al respecto que «los adolescentes equipados con confesionarios electrónicos portátiles no son otra cosa que aprendices entrenados en las artes de una sociedad confesional -una sociedad que se destaca por haber borrado los límites que otrora separaban lo privado de lo público, [...] por haber eliminado de la comunicación pública todo lo que se niegue a ser reducido a una confidencia privada, y a aquellos que se rehúsan a confesarse-» (Bauman, 2007, p.14).

Lo cierto es que hoy -cosa harto conocida y verificable sin mayor esfuerzo-, a través de las redes, buena parte de la población mundial pone en circulación sus datos y preferencias, de cara a que sean compartidos. En nuestro tiempo, pues, pareciera casi una anomalía no ser parte de alguna red. Si no se participa de ellas, se deja de existir en alguna dimensión o, dicho de otro modo, si no se configura la propia privacidad desde esta perspectiva de apertura y circulación general, se termina irónicamente aislado.

No es nada extraño, pues, que casi la totalidad de los aspectos de nuestra sociedad se sustenten hoy en el modelo de una red abierta y en la constante circulación de datos accesibles. Desde el criterio para juzgar qué información tiene mayor validez en Google (tal

como ha reseñado el escritor italiano Alessandro Baricco[3]) hasta las formas del mercado 'en red' optan por tal modelo.

Sin embargo, entender las implicancias de este modo de funcionamiento de lo social podría conseguirse no solo atendiendo la idea de un modelo confesional, en tanto eje de producción discursiva o como correlato de una voluntad de saber, sino más bien desde la perspectiva que propuso el filósofo francés Gilles Deleuze, cuando refería a las sociedades de control, una clase de sociedad que -a diferencia de la sociedad disciplinar retratada por Foucault- cuenta con mecanismos del poder que son abiertos y totales (Deleuze, 2006). Se trata de un contexto en el que, más allá de la idea confesional (que sintonizaría en cambio con la construcción de una narrativa, de un relato de sí, por parte de los sujetos), la sola inscripción en un privilegio de la exposición se constituye como valor por excelencia.

Ciudadanos sometidos a mecanismos de vigilancia voluntarios

El control, pues, se sustentaría en la apertura generalizada de los espacios y contenidos, en pos precisamente de su conectividad. No es gratuito que Deleuze planteara que se trata de un tipo de sociedad que se sustenta más bien en la idea de una cifra, de una contraseña para modular los accesos, en lugar de sustentarse en consignas (como ocurre en un régimen disciplinar de producción). Las contraseñas, pues, como un modulador de los flujos de información a los que se (nos) permite el acceso y desde los cuales brindamos (nuestra) información.

Al respecto, cabría pensar a modo de ejemplo en lo que ocurre con Google, cuyos usuarios -a través de su cuenta/contraseña- acceden a una gama de servicios que no solo incluyen el manejo de su comunicación personal (a través del servicio de e-mail) o de sus círculos de relaciones sociales (a través de Google+, su red social), sino también su consumo audiovisual (mediante YouTube), las actividades de sus soportes móviles (con el sistema operativo Android para los smartphones) y hasta el historial de su total de actividades realizadas en Internet, gracias a su navegador Chrome o su registro de búsquedas a través de Google.

Y, claro, cada uno de estos servicios recopila algún tipo de información y pone en circulación alguna parte de nuestros datos privados (expresados en modos o preferencias de consumo o en extrapolables configuraciones de nuestras rutinas y preferencias personales). Pero la mecánica del control funciona porque los sujetos se inscriben en este régimen de modo incluso entusiasta, ya que tales mecanismos funcionan precisamente porque son percibidos como algo que favorece las dinámicas y desarrollos sociales de los usuarios. Así, mientras en una sociedad disciplinar foucaultiana se supone que una institución se encarga de vigilar al sujeto, en una sociedad de control deleuziana los sujetos se inscriben de forma voluntaria a regímenes de control, que son totales y abiertos, como Internet. Esta forma de nueva vigilancia es incluso más eficiente que la del régimen disciplinar. Funciona de manera más continua, versátil y rápida que los dispositivos mecánicos del modelo de sociedad anterior. Además brinda una información más precisa acerca de los sujetos y se despliega con menos esfuerzo, reemplazando el encierro por el monitoreo.

Baste recordar, si no, experiencias como la del portal Please Rob Me , que compilaba datos

extraídos de Twitter y Foursquare, cuyo cotejo brindaba información acerca de los hogares que los usuarios dejaban vacíos por periodos de horas, en los que podrían ser susceptibles de robos o algo similar. Tal cotejo se obtenía solo a través de lo que los usuarios manifestaban que estaban haciendo en el día de forma pública en dichas 'redes privadas'. Asimismo se puede mencionar el propósito de la campaña Take This Lollipop, que permite a cualquier usuario de Facebook verse sometido -a través de un vídeo- a las oscuras intenciones de un personaje que representa a un depravado y que puede acceder, frente a nuestros ojos y en tiempo real, a nuestro perfil, amigos, fotografías e incluso ubicación, dado que estos datos pueden ser fácilmente recogidos.

Claro, se trata únicamente de dos ejemplos, pero dan cuenta de cuál es el funcionamiento de los mecanismos de control de los que participamos. Nos dejan en evidencia el modo en que estamos mitridatizados con nuestra voluntaria disolución de la privacidad.

Rechazo al régimen de vigilancia o de control institucional/estatal

Esto es aún más irónico si consideramos que el avance sin precedentes de las herramientas de comunicación digital -y de las redes de información que circula abierta- se da sobre todo en países cuyas sociedades han rechazado enfáticamente la posibilidad de contar con un registro oficial (estatal) de registro de datos. Tal es el caso de Gran Bretaña, donde en 2006 se realizó el Identity Cards Act en apoyo a la constitución de un documento nacional de identidad, asociado con una base de datos denominada Registro Nacional de Identidad (NIR, por sus siglas en inglés), que recopilaría información acerca de los ciudadanos.

El rechazo ante este impulso fue mayoritario y fue encarnado desde diversos frentes, incluyendo al colectivo NO2ID, que luchó contra la constitución de dicho compilatorio de datos al percibirlo como «la tendencia a tratar de usar las computadoras para administrar la sociedad, vigilando a la gente».

En EEUU ocurrió de forma similar con el Real ID Act, de 2005, que promovía una iniciativa del gobierno federal estadounidense para que las licencias de conducir (en los hechos, el documento más usado por la población de ese país) se unificaran para todos los Estados. Ante ello, diversos grupos manifestaron que se trataba de un intento por parte del gobierno de crear un documento de identidad real, algo que sindicaron como ilegal, ya que atentaba contra la Décima Enmienda de su Constitución nacional. Así, puede leerse en la web Real Nightmare, uno de los grupos opositores, que la constitución de este Real ID puede «permitir el seguimiento rutinario de las personas, impulsándonos hacia una sociedad de vigilancia».

En ambos casos, se trata de un rechazo al régimen de vigilancia o de control institucional/estatal con tendencia disciplinar, la negación a tener un sistema de registro único, estatal, orgánico, que compile los datos 'personales' de una población que, en paralelo y a través de mecanismos de control más soft, tiene su vida privada abierta y fluctuante a través de redes. Así, pues, en ambos casos, se hacen evidentes los mecanismos más característicos de una sociedad de control, a manos de plataformas de comunicación a las que cada vez más usuarios acceden por voluntad y cuenta propia.

De modo que, en este terreno de información abierta y circulante, cabe el exabrupto a modo de pregunta: ¿Cuál es la dimensión de una violación de la privacidad en un mundo en el que casi no hay espacios privados a manos de nuestros propios accesos y consumos de redes?

Mercado personalizado y Estado postrado

Toda nuestra información repartida on line, todas nuestras adscripciones a diversas redes y las consecuentes repartijas de nuestros datos 'privados' no se traducen, como algunos pretenden, en una suerte de pesadilla conspirativa de tipo autoritario que recuerde a 1984, de George Orwell. Tal escenario, insostenible en el contexto político actual (post-ideológico y de consumismo consumado) es, valga decirlo, poco probable y menos efectivo para el sistema de poder actual.

Por el contrario -y aunque no necesariamente sea más alentador-, lo que sí resulta evidente es que la propagación de (nuestros) datos a través de redes y plataformas comunicativas es un gran instrumento para el orden económico. Ha ocurrido, pues, con la privacidad una mutación de esferas que, en términos de Jean Baudrillard, supondría el pase de 'lo universal' a 'lo mundial'. Y es que, mientras la mundialización se da en esferas como la técnica, el mercado o la información, la universalidad reposaba del lado de la democracia, las libertades, los valores o los derechos humanos (Baudrillard, 2000). Es precisamente en ese eje donde el atesoramiento de lo privado como valor universal se transforma -en razón de una sintonía con la dinámica mundial del mercado- en parte de la información circulante que se puede (y se debe) convertir en material de intercambios económicos.

Por ello, el mercado contemporáneo, haciendo gala de su troncal digital, puede por ejemplo configurar sus consumos en una línea de personalización de ofertas o customization de los programas comunicativos. Y así sostiene, en el flujo y manejo de esos datos, una segmentación de públicos que es de lejos superior a lo que otrora soñaban conseguir metodologías de estudio de mercado: la privacidad mundializada al servicio de una optimización en la delimitación de los segmentos de consumidores.

El manejo comercial de la información

De modo que considerando que en Internet todo es (o puede ser) medible, lo cierto es que los grandes protagonistas del campo de la comunicación (Facebook o Google, por ejemplo) han sabido explotar al máximo el potencial 'mercadológico' que los datos disponibles en sus servidores ofrecen. Y es que, en una escala global y gracias al voluntario aporte de datos de sus usuarios, tales compañías cuentan con la compilatoria no solo desde una perspectiva demográfica de los públicos, sino también de aspectos culturales, de consumo y de redes de relaciones que pueden traducirse en una segmentación detallada, precisa y, sobre todo, más efectiva de la que cualquier medio tradicional (radio, cine o televisión) pudiera ofrecer a sus anunciantes. De ahí que sus ingresos por publicidad vayan en un aumento trepidante, cuando no ocupan ya una porción más que considerable dentro del mercado.

Pero esta capacidad de manejo comercial de la información no solo se traduce en una propuesta más atractiva para sus anunciantes. Gracias a esa cantidad (y detalle) de datos que

poseen, las compañías de comunicación contemporánea pueden también engarzar de mejor manera con los intereses de sus propios usuarios, al momento de configurar sus opciones de consumo, afianzando u optimizando los mecanismos de una lógica del control, estrategia que será leída de forma favorable por el público, que verá en ello facilidades y beneficios para su experiencia.

Digamos que, si en el caso de las tiendas digitales como eBay o Amazon se pueden establecer diversas sugerencias de consumo o si el usuario encuentra publicidad que le resulta en particular atractiva mientras emplea los servicios de Google o Facebook, es precisamente porque su información 'privada' forma parte de un menú de segmentación publicitaria que se actualiza conforme emplea dichas plataformas. Valga revisar las condiciones que Google establece con respecto de 'La publicidad basada en intereses'. En dicho espacio, si el usuario opta por ingresar a la sección de Configuración de anuncios, podrá descubrir cuál es -a grandes rasgos- el perfil de mercado que la empresa ha delineado para él, basado en los recorridos y consumos que el usuario tiene a través de sus diversos productos, descritos en líneas anteriores.

Lo verdaderamente relevante respecto a esta situación es que la mayoría de usuarios la conoce o, en todo caso, no percibe en dicho funcionamiento algo sobre lo cual fundamentar alguna queja, desacuerdo o levantar alguna sospecha. Y allí, nuevamente, mitridatismo respecto al uso de nuestros datos por parte del mercado. Inmunes a las implicancias que ello supone.

Claro, cada vez que el usuario promedio acepta las condiciones de privacidad que impone cualquier plataforma digital, poco repara en todos los posibles alcances de dichos estamentos y podría pensarse que -en tanto se aceptan de forma voluntaria- se tiene por tácito que se trata de acuerdos incuestionables con respecto al uso (y abuso) de los datos. Un modo de entender las cosas con aceptación generalizada y aparentemente inofensivo.

Empleo de datos por parte del Estado

Pero en tal escenario, aparece un ex-agente de inteligencia de EEUU y pone en jaque el quehacer habitual del flujo de dichos datos privados en Internet. Nos recuerda Ed Snowden, que estos también se emplean desde los cuarteles de otra institución. Ya no los mercadólogos configurando ofertas personalizadas o desarrollando opciones atractivas para anunciantes, sino oficiales del gobierno, haciendo seguimiento de actividades que pudieran resultar cuando menos sospechosas, susceptibles para la seguridad del Estado.

Y de pronto se afianza el descontento y la condena general, se alzan voces al cielo y se moviliza la sociedad en defensa de la privacidad, casi como evocando la imagen que de ella se tenía en otro tiempo, casi como en una evocación de su constitución vintage, tal como era en el siglo XIX. Ante ese panorama, pues, resulta cuando menos irónico que no sea perturbador saber que a través de nuestra cuenta de Google (o de cualquier otro gigante del Internet) nuestros datos estén a disposición de algunos intereses que nos superan, tal como -todos lo sabemos- ocurre con el mercado.

Es curioso que no espante, tampoco, el que no haya privacidad (estamos mitridatizados contra esa falta). En todo caso, pareciera que en una sociedad que vive esta versión más reciente de la privacidad, lo que se sacrifica de privado no resulta relevante (triumfo del mecanismo de control).

Pero sí parece causar repulsión algo como lo revelado respecto de las dinámicas de espionaje, con una infraestructura estatal para el manejo -no autorizado- de datos echados al abismo abierto de la circulación digital por parte de los propios usuarios. Quizás lo que ocurre es que acontecimientos como este parecieran enfatizar la presencia de la Institución Estatal, en un contexto de crisis de los relatos de la Modernidad y del Estado a manos de la economía global.

El rol del Estado, en tanto soberano, está cada vez más relegado por el accionar de los capitales transnacionales y sus implicancias. Otrora definido por el sociólogo alemán Max Weber como una institución que podía ejercer una lícita coerción, el Estado hoy pareciera ajustarse a lo señalado por el propio Baudrillard cuando afirma que este «ya no puede hacer nada económicamente ni, sobre todo, políticamente, al ser presa [...] de los flujos que lo dominan desde lejos» (Baudrillard, 2000, p. 144).

Lo ocurrido podría interpretarse quizás como una respuesta simbólica del Estado, un acontecimiento mediático de cara al desborde de los flujos comunicacionales, en sintonía con las dinámicas propias de la economía actual. En cierta manera, lo ocurrido con la NSA o anteriormente, y con varios matices, con WikiLeaks parece un reciclaje de las primacías estatales, cuando el problema de fondo no es qué hace EEUU frente al espionaje, sino qué hacemos los usuarios con nuestros datos frente a su circulación y apropiación indiscriminada.

Bibliografía

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México DF: Fondo de Cultura Económica.

Deleuze, G. (1996). *Conversaciones*. Valencia: Pre-textos.

Baricco, A. (2008). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. México DF: Fondo de Cultura Económica.

Virilio, P. (1997). *El golpe de Estado mediático*. En: *Un paisaje de acontecimientos*. Buenos Aires: Paidós.

Notas

[1] Tal como recoge la escritora argentina Paula Sibilia, hasta bien entrado el siglo XVIII ni siquiera se había implementado la idea de un cuarto propio o personal que fuera confortable dentro de las viviendas, de modo que los sujetos, sin la disponibilidad de un espacio suyo, no podían elaborar o producir relatos sobre sí ni tampoco tener una esfera para la constitución de un mundo íntimo/interno.

[2] Se puede mencionar, en tal sentido, cómo en Facebook el total de actividades on line se denomina Biografía o, en el caso de Google+, el funcionamiento de contacto se sustenta en los denominados Círculos sociales.

[3] Baricco recuerda que lo que propulsó la revolución cultural (y económica) de Google fue la elección de su criterio para organizar y jerarquizar los resultados arrojados en el buscador. Luego de probar diversos criterios, se optó por que el patrón estaría definido por el número de hipervínculos, links que cada resultado tenía. De ese modo, la conectividad constituye el gran criterio para el ordenamiento y énfasis de los resultados: cuanto más conectado, más relevante.

[4] Véase: [http:// www.pleaserobme.com](http://www.pleaserobme.com)

[5] En un primer momento, este portal permitía acceder a la información de cualquier usuario. Sin embargo, en su versión actual, esta se encuentra desactivada.

[6] Véase: <http://www.takethislollipop.com>

[7] Véase:<http://www.no2id.net>

[8] Traducción del autor. En el sitio web de NO2ID se puede leer: «The 'database state' is what we call the tendency to try to use computers to manage society by watching people». Véase: <http://www.no2id.net> [Consulta: 2013, 15 de noviembre].

[9] Véase: <http://www.realnightmare.org>

[10] Traducción del autor. En el sitio web Real Nightmare se puede leer con respecto al Real ID: «enable the routine tracking of individuals, and propel us toward a surveillance society». [Consulta: 2013, 15 de noviembre].

[11] Véase: <https://support.google.com/adsense/answer/113771> [Consulta: 2013, 15 de noviembre].

[12] Esta situación incluso generó tensión entre Estados (Rusia y EEUU enfrentados por el futuro de Snowden), como en una suerte de remembranza de la guerra que se derritió. Y, de paso, en la especulativa de los asilos políticos, se mencionó a Cuba o a Ecuador como posibles destinos del ex-agente, casi como intentando sostener la dialéctica histórica de las oposiciones ideológicas de antaño, en un momento en que se deshizo la Historia, en que se superó por el exceso de acontecimiento mediático.