



**Internet and Surveillance.**  
The Challenges of Web 2.0 and Social Media

**Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund, Marisol Sandoval**

New York: Routledge, 2012, 332 pp.  
ISBN: 978-0-415-89160-8

El surgimiento de nuevas tecnologías asociadas a internet con capacidades interactivas, altamente personalizadas y todavía más cercanas a la cotidianidad de sus usuarios, incluso con contenidos suministrados por ellos, está introduciendo cambios en la manera de producir, en la forma de generar rentabilidad, en el impacto social y en la forma misma de entender e investigar la comunicación. Tecnologías como las actualmente cobijadas bajo el término “web 2.0” acaparan la atención de los

investigadores y académicos de la comunicación alrededor del mundo. Mucha de la investigación sobre internet y las redes sociales se ha orientado a analizar su potencial político de transformación y cómo pueden convertirse en plataforma de expansión de la esfera pública y la democracia. Otros estudiosos se han concentrado en las nuevas formas de sociabilidad que promueven estos medios y en cómo se relacionan con formas más sedimentadas. La convergencia de internet con los medios tradicionales es otro tema candente en el mundo académico contemporáneo. El entusiasmo con las nuevas posibilidades de los nuevos medios y la apropiación creativa que realizan los *prosumidores* se entremezcla con las campañas publicitarias que realizan las grandes compañías informáticas y las estrategias gubernamentales de desarrollo tecnológico y promoción de la innovación, para crear una tecnolusión de enormes proporciones, de la que solo disienten, aparentemente, algunos estudiosos y ONG que se preocupan por la defensa de la privacidad; grupos activistas al borde de la ilegalidad, como Wikileaks; renegados que actúan en las sombras del ciberespacio, como Anonymous, y luditas del siglo XXI que han optado por la desconexión.

Los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 justificaron la intensificación de la vigilancia estatal por medio de internet. El miedo a un terrorismo sobredimensionado fue inicialmente mayor que el temor a la intromisión de los gobiernos en la privacidad de los ciudadanos, pero los abusos que se fueron revelando le dieron cada vez más visibilidad a las voces críticas, preocupadas por el autoritarismo, las amenazas a los derechos civiles y el irrespeto o desmonte de los mecanismos democráticos para hacer rendir cuentas a los Estados y sus instituciones.

En el último lustro, una nueva generación de académicos está explorando teórica y empíricamente otros aspectos siniestros de la vigilancia, las dinámicas de poder y la explotación, asociados al auge de las nuevas tecnologías cibernéticas. El libro *Internet and Surveillance* es un compendio amplio, contundente y supremamente ilustrativo de esta nueva vertiente crítica.

El texto sirve de introducción a un nuevo subcampo de lo que en los años noventa se empezó a describir como “estudios de vigilancia” (*surveillance studies*). El campo original tenía como preocupación original la intensificación de la vigilancia de la ciudadanía por medio del registro de su información en bases de datos estatales, la biometría y la proliferación de la videovigilancia. Este nuevo subcampo, los estudios de vigilancia en internet, fue cobrando forma a medida que internet se iba convirtiendo en un espacio múltiple de interacción comunicativa que desbordaba las fronteras y las legislaciones. Pensadores como Mark Andrejevic y Christian Fuchs han trascendido la preocupación inicial por la vigilancia estatal para enfocarse en las estrategias de vigilancia y explotación desarrolladas por las grandes empresas. Su enfoque, que se podría describir como economía política crítica de la comunicación, emplea conceptos y categorías marxistas actualizadas, así como la idea del panóptico concebida por Bentham y Foucault para analizar la vigilancia en internet. Para Andrejevic y Fuchs, los nuevos medios de comunicación son producto de las dinámicas de poder de nuestro tiempo; son propios de lo que algunos han llamado el capitalismo postfordista y la sociedad de control. Tienen, sin duda, un gran potencial democrático, un nivel en el que se despliegan una creatividad y una sociabilidad asombrosas, pero existe un nivel oscuro, poco examinado, que es el objeto de *Internet and Surveillance*.

Es imprescindible no pensar la web 2.0 con el deseo, para poder verla como un nuevo espacio de lucha por la hegemonía, un espacio fundamental de producción inmaterial, trabajo no remunerado y explotación, en el que se está consolidando un nuevo capitalismo que se podría describir como profundamente biopolítico. Los discursos que asocian la interactividad con la ampliación de la democracia y una comunicación más humana han servido indirectamente para legitimar o invisibilizar la intensificación del control social y la explotación de la labor cultural que posibilitan los nuevos medios.

La celebración de la portabilidad que permiten las tecnologías celulares convergentes ha opa-

cado el estudio de cómo, a la vez que flexibilizan los procesos de comunicación y el trabajo, permiten el monitoreo detallado en el tiempo y el espacio de los usuarios. Igualmente, la intensa productividad de los usuarios de los nuevos medios, visible en los formidables volúmenes de información personal multimedial publicados en redes sociales como Facebook, en *blogs* o *tweets*, que algunos festejan como el fin de una supuesta pasividad de las audiencias, no ha permitido que otras perspectivas y problemas alcancen mayor visibilidad social.

Para varios de los autores de *Internet and Surveillance*, las tecnologías web 2.0 son máquinas de acumulación de capital basadas en un mercadeo que se torna predictivo gracias a una intensa vigilancia y explotación de la productividad de sus usuarios. Ese es el modelo de negocios de las empresas que diseñan las tecnologías web 2.0 y hacia él tienden todos los medios de comunicación. El hecho de que los usuarios de las redes sociales habitualmente las empleen en su tiempo libre y voluntariamente, aunado al hecho de que estos usuarios constituyen una población con cierto nivel de afluencia económica, enmascara su condición. Claramente, los usuarios se benefician del uso gratuito de plataformas cibernéticas de propiedad privada, pero comúnmente ignoran lo que hacen las empresas con su información y por ello tienden a percibir que llevan la mejor parte. La mayoría de los autores del libro coinciden en afirmar que esa percepción es errónea. Los *prosumidores* que escriben *blogs*, *tweets*, interactúan en redes sociales, navegan páginas y atraen a más y más personas al ciberespacio, están trabajando gratuitamente, y al hacerlo permiten que sofisticados sistemas de vigilancia creen bases de datos, completos perfiles y análisis de tendencias nunca antes vistos y que son usados por las empresas para generar publicidad personalizada e incluso predictiva. Los consumidores son puestos a trabajar produciendo información que haga más eficaz y contundente el mercadeo dirigido a ellos mismos, un proceso que el libro describe como de doble explotación. Plataformas como Facebook continuamente realizan rediseños no solo con

el fin de atraer más usuarios o incrementar la actividad y productividad de los ya existentes, sino también para conducir experimentos de mercadeo y generación de información en tiempo real. Andrejevic, siguiendo a Marx, afirma que “la explotación no es simplemente una pérdida de valor monetario, es también una disminución de la humanidad del ser y una pérdida de control sobre la actividad productiva y creativa propia”. La transformación de los usuarios de los medios de comunicación tradicionales en *prosumidores* que laboran gratuitamente en las plataformas casi universalmente privatizadas de la web 2.0 puede estar implicando no una democratización de los medios, sino la mercantilización total de la creatividad humana.

Los estudios de vigilancia en internet que propone *Internet and Surveillance* van mucho más allá de las críticas a la invasión a la privacidad; intentan criticar las dinámicas de poder y control del capitalismo contemporáneo que se manifiestan en el ciberespacio.

El libro está dividido en dos partes: una se dedica a las elaboraciones teóricas sobre la vigilancia en internet y la otra presenta resultados de investigaciones empíricas que ofrecen detalles y matices. En esta segunda parte se analizan, por ejemplo, los documentos que explican las políticas de privacidad y manejo de la información de los usuarios por parte de portales y empresas especializadas en la web 2.0; las prácticas de vigilancia efectuadas por las grandes empresas discográficas para controlar a los consumidores de música digitalizada y beneficiarse de los datos conseguidos para sus campañas de mercadeo; las ideas sobre privacidad y la reflexividad de los ingenieros que diseñan y mantienen los sistemas informáticos de captura de datos de los usuarios, y la claridad que tienen grupos de *prosumidores* sobre lo que hacen las empresas de la web 2.0 con su información.

Los brillantes análisis y los estudios presentados son una buena puerta de ingreso para investigadores interesados en explorar el tema de las nuevas tecnologías desde una perspectiva

crítica. Este es un tema que gana cada vez más importancia en el contexto latinoamericano, donde se está dando uno de los crecimientos más rápidos en el uso de tecnologías web 2.0 en el mundo. Sin embargo, el libro no contempla en profundidad los matices introducidos en el tema de la vigilancia por las apropiaciones específicas en otros contextos distintos al occidental. El modelo de negocios basado en el mercadeo predictivo está en pleno desarrollo, utiliza herramientas de *software* que permiten establecer con mayor precisión las características, preferencias y perfiles de sus usuarios sin dejar de adoptar y promover fielmente los estereotipos y jerarquías sociales de cada contexto. Una arista que el libro no aborda tiene que ver con el hecho de que algunas empresas web 2.0 ya no dependen exclusivamente de la publicidad tradicional para su subsistencia, el solo hecho de atraer a cantidades grandes de usuarios y mantener cautiva su atención, sumado al usurpamiento de los derechos de autor sobre los contenidos producidos por ellos, se convierten en argumentos convincentes para recaudar capital en los mercados financieros contemporáneos, signados por la especulación. El nombre de Foucault y su visión de la vigilancia panóptica perduran en los estudios de vigilancia en internet, a pesar de que algunos académicos intentan desmarcarse y recurren al uso de conceptos de Lyotard o Bourdieu. Sería interesante que así como han usado nuevos desarrollos del ideario marxista, también intentaran conectar sus análisis con los de pensadores postfoucaultianos que están empleando ampliaciones de conceptos clave como biopolítica y gubernamentalidad para comprender la relación entre los procesos de subjetivación, la rearticulación de la colonialidad y el capitalismo informacional en nuestro tiempo.

*Juan Carlos Valencia Rincón*

Profesor asistente

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Bogotá, D. C., Colombia