



Vigilancia Líquida

Zygmunt Bauman y David Lyon

Paidós, 2013, 173 páginas

Por **Fernando Tula Molina** *

Este libro trata, en forma de una conversación lúcida entre David Lyon y Zygmunt Bauman, de uno de los entramados entre ciencia, tecnología y sociedad más preocupantes: la tecnología puesta al servicio de la vigilancia y del *marketing*. Tal conversación se desarrolla en un intento de llevar no sólo las respuestas, sino principalmente los interrogantes y las inquietudes, hacia un estadio superador que posibilite grados de conciencia y responsabilidad crecientes. La tarea no es sencilla, dadas las características de nuestras sociedades de consumo, donde estamos más dispuestos a convertirnos en mercancías para entrar en el mercado de trabajo, que en criticar o resistir las inequidades del orden vigente. Destaco a continuación los que fueron, a mi juicio, los aspectos más salientes de este diálogo orientado hacia el compromiso. Seguiré en orden los temas en torno a los cuales se organizaron los capítulos.

191

I. *Drones y medios sociales*. La preocupación general que liga ambos temas se refiere a la privacidad, y al “fin de dos de sus atributos básicos: la invisibilidad y la autonomía” (p. 28). Los drones de nueva generación, superadores de los que asesinaron a 1900 pakistaníes insurgentes desde 2006, serán del tamaño de una libélula permitiendo “permanecer invisibles mientras todo lo demás está a la vista” (p. 28). En el caso de las redes sociales, “el miedo de ser observado ha sido vencido por la alegría de ser noticia” (p. 32) y la pesadilla orwelliana -nunca estoy sólo- “ha sido refundida en la esperanza de no volver a estar solo (excluido, ignorado, olvidado)”, con lo que se logra satisfacer la “necesidad de desprenderse del odiado anonimato” (p. 33). Esto explica el entusiasmo adictivo con el que se utiliza las redes sociales, a pesar de la insistencia del antropólogo evolucionista, Robin Dunbar, sobre el hecho de que “nuestra mente no está diseñada para tener más de 150 relaciones de valor” (p. 48). Esta explicación se enmarca en una mayor, sobre la que Bauman ha insistido, en otras obras, como la característica central de la sociedad de consumo: “Para entrar en el mercado las personas son obligadas a promocionarse como un material

* Universidad Nacional de Quilmes, CONICET-ANPCyT, Argentina. Correo electrónico: ftulamolina@gmail.com.

atractivo... se convierten a sí mismas en productos de mercado” (p. 40); es la cualidad de “ser un bien de consumo, lo que los convierte en miembros de esa sociedad” (p. 41). Sobre el final del capítulo Bauman también se muestra escéptico el valor de las redes sociales en la organización de movimientos populares/ciudadanos de protesta: “Wall Street no se resintió por los visitantes *offline* del mundo *online*” (p. 59).

II. *Vigilancia líquida como diseño post-panóptico*. Este segundo capítulo gira en torno de la observación de Foucault: “Quien está sometido a un campo de visibilidad, y lo sabe, reproduce por su cuenta las coacciones del poder” (p. 62); teniendo esto presente, D. Layon pregunta: “¿Cómo integramos en nosotros el poder de la vigilancia cuando nos conectamos a la red o utilizamos nuestra tarjeta de crédito?” (p. 62). La respuesta de Bauman comienza con una lúcida referencia la obra de *La Boétie, Discurso sobre la servidumbre voluntaria*; a partir de allí observa que los panópticos analizados por Foucault “se limitan a los lugares con humanos clasificados como inútiles y excluidos” (pp. 64-65); por el contrario, los empleados del mundo moderno “deben cargar sus propios panópticos individuales y correr con la responsabilidad total de su funcionamiento” (p. 68); seducidos por el consumo, los subordinados “están tan acostumbrados a su nuevo papel que hacen inútiles las torres de vigilancia de Bentham y Foucault” (p. 68).

Este fenómeno novedoso exige nuevas categorías de análisis. Layon hace referencia al concepto de “banóptico” de Didier Bigo, quien combina en tal expresión la idea de “exclusión” (*ban*, en inglés) de J. L. Nancy, con el sentido de dispositivo de control social (que Foucault asocia a la idea de “óptico”). La función estratégica del banóptico “consiste en determinar una minoría como excluida”. Al respecto, se pregunta por las características de esta “nueva (in)seguridad globalizada” producto de la coordinación tecnológica de diferentes gestores de preocupación como la policía, las agencias de migración y las aduanas. Bauman observa que, en la actualidad, “hay 12 millones de personas en tránsito: refugiados-deportados-exiliados en campos situados en territorio de nadie... y se espera que sean 1000 millones para 2050” (p. 73). A estas grandes cifras Bauman hace un comentario adicional sobre cómo la lógica del banóptico (excluyente), junto a la del sinóptico (atrayente), son partes medulares de todo “*marketing* eficaz”; para ahorrar costos antes que se comience una campaña, es necesario haber excluido previamente “los grupos que no son aptos como objetivos de ventas” (p. 82).

III. *Alejamiento, distancia y automatización*. Las tecnologías de distanciamiento, teledirección y automatización amplían los alcances de estas lógicas profundas del panóptico, el banóptico y el sinóptico, y contribuyen a “liberar nuestras acciones de sus limitaciones morales” (p. 94). Bauman recuerda la observación de Jacques Ellul sobre que se “ha invertido la instrumentalidad de nuestra racionalidad: ya no nos ayuda a ajustar los medios a los fines, sino que posibilita fines sólo en función de la disponibilidad de medios” (p. 94). Sin embargo, en su opinión, “los legítimos lamentos y condenas parecen superficiales comparados con la voluntad de desligar la técnica de sus consecuencias” (p. 93). Es aquí donde se abre el campo de la responsabilidad tecnológica. Bauman lo aborda inicialmente a través del concepto de H. Arendt, “responsabilidad de nadie”, referido a la “costumbre de disolver la responsabilidad en el cuerpo administrativo” (p. 95). Medio siglo después, “podemos decir prácticamente

lo mismo de las artes de matar (drones)” (p. 95). Más allá de la diferencia de complejidad tecnológica, el punto es que se ha “borrado la diferencia entre medios y fines... hubo una guerra entre hachas y verdugos; y ganaron las hachas” (p. 95). Los operadores descargan la responsabilidad en la tecnología; Bauman recuerda cómo, en febrero de 2011, 23 invitados a una boda afgana fueron asesinados por operadores que culparon a las pantallas que se habían vuelto “borrosas” (p. 97). Por otra parte, menciona la observación de los expertos militares T. Shanker y M. Richtel: “Lo que se plantea hoy es cómo los hombres pueden asimilar esa tecnología sin ser superados por ella” (p. 95).

IV. *Inseguridad y vigilancia*. La paradoja de un mundo saturado de dispositivos de vigilancia es que: “por un lado estamos más protegidos que cualquier generación anterior, y por el otro ninguna generación anterior experimentó como la nuestra la sensación cotidiana de inseguridad” (pp. 112-113). La mayoría de nosotros se ha vuelto adicta a la seguridad, en parte porque hemos “asimilado la ubicuidad del peligro”, y en parte porque “todos necesitamos designar a los enemigos de la seguridad para evitar ser considerados parte de ellos” (p. 111). Como observa Lyon, “hoy en día las inseguridades son el corolario de las sociedades securizadas” (p. 114); luego de lo cual pregunta: “¿Qué posibilidades hay de que la democracia y la libertad puedan ser el centro del debate en niveles más locales?” (p. 114). Una vez más, para responder, Bauman da un rodeo y comienza refiriéndose al escepticismo tecnológico y político de Houellebcq, manifiesto en su libro *La posibilidad de una isla* (2005): “La pregunta por ¿qué se debe hacer? queda invalidada por la respuesta “nadie” a la pregunta ¿quién va a hacerlo?” (p. 117); en su opinión, “sólo quedan agentes tecnológicos... y algunos religiosos; pero la tecnología es conocida por su ceguera; invierte la secuencia humana en la cual las acciones son posteriores a los propósitos... así, la tecnología se mueve porque puede hacerlo... o porque no puede parar, pero no porque quiera llegar a algún sitio” (p. 117).

193

V. *Consumismo, nuevos medios y selección social*. Al igual que la vigilancia, el *marketing* “se vuelve cada vez más un asunto individual, y la servidumbre resultante se hace cada vez más voluntaria” (p. 131); dada la propensión general y asentada de “buscar satisfacción entre los bienes en venta y la disposición general a identificar nuevo con mejorado, se puede dirigir ofertas a personas dispuestas a responder con entusiasmo (p. 131). Es en este contexto que Layon enmarca el problema de los perfiles de usuario; cada vez que “inflamamos la burbuja de filtros con nuestras preferencias, reproducimos la introversión líquida, moderna y consumista que es una forma de extroversión y un deseo de publicidad” (p. 132). Todos estos perfiles alimentan lo que James Derian llamó el “complejo militar-industrial-mediático y de entretenimiento” (p. 134). Por su parte, Bauman vuelve a lo ya señalado: el éxito de las redes sociales en la creación masiva de perfiles se explica a partir de un “impulso impotente y arrollador que surge de la extendida sensación de haber sido abandonado y descuidado” (p. 136).

VI. *Explorar la vigilancia desde la ética*. Se plantea aquí la diferencia de los problemas planteados por los panópticos tradicionales, con los de la vigilancia actual: “Una vigilancia panóptica asume que debe eliminar la elección... la actual vigilancia del mercado manipula el gusto para generar demanda” (p. 140). Esta inclusión de la

libre elección en las estrategias de *marketing* se asocia con la segunda revolución gerencial que “traspasa las obligaciones empresariales a los empleados, manteniéndolos activos desde el débito al crédito, desde los costos a las ganancias” (p. 144). Tal cruce es posible gracias a lo que Bauman denomina “fetichismo de la subjetividad” (p. 141); el problema es que “al descomponer las personas en atributos de perfiles, desaparece ‘el Otro’ de la moral, el sujeto objeto de responsabilidad” (p. 141). Lyon recuerda, entonces, las palabras de Levinas: “nuestra humanidad sólo puede reconocerse en la mirada del Otro, es preciso entonces reconocer nuestra responsabilidad para con el Otro” (p. 142). Bauman concuerda pero señala, con gran lucidez, el carácter delicado y siempre polémico “de la línea que separa cuidado de dependencia... y libertad de abandono” (p. 145).

VII. *Empoderamiento y esperanza*. Este último capítulo es a mi juicio de gran riqueza. Las preguntas formuladas por Layon son en el fondo breves pero no simples: “¿Cómo promover el empoderamiento en un mundo de vigilancia?” (p. 146) y “¿Cómo equilibrar la esperanza con la incertidumbre, la ambivalencia y la sospecha?” (p. 148). Bauman aborda las respuestas por el lado de la resistencia: “La no aceptación de una situación abre espacio para las convicciones... y por ese espacio entran los milagros” (p. 148). Sin embargo, la situación se complica dado que no es la nación-Estado “la única instancia de poder en crisis; otra es el individuo del que, como recuerda U. Beck, se espera soluciones individuales a problemas generados socialmente” (p. 149). Aun así, Bauman no cae en el escepticismo: “Podemos estar atados, enganchados, pero también podemos lanzarnos y sumergirnos en nuestra propia voluntad, en la última batalla de nuestra esperanza” (p. 149). Hoy la esperanza “se ve endeble porque no hemos hallado una representación viable suficientemente fuerte” (p. 151), en un mundo donde “nuestros líderes se ponen de acuerdo sobre lo que hay que hacer el viernes y esperan temblando la reacción de los mercados el lunes” (p. 152). A esto hay que agregar lo que ha sido la preocupación de todo el libro, en palabras de G. Berry: “Nuestros rastros digitales permiten medir variaciones en las conductas colectivas y flujos de información, lo cual es un claro peligro para la democracia” (p. 152).

El libro termina con una valiosa referencia al pensamiento de Tony Judt: “Aunque no hayamos aprendido otra cosa del siglo XX, al menos hemos aprendido que cuanto más perfecta es una respuesta, más terribles son sus consecuencias” (p. 159). A partir de aquí, concluye que “la historia nos puede enseñar humildad y nos recomienda que seamos modestos en nuestras empresas” (p. 159). Al ser consultado sobre sus expectativas sobre el futuro en 2010, Judt observó que “a mediados de la próxima generación puede revivir el entusiasmo por la política, por lo que: mediano plazo, optimismo; corto plazo, pesimismo” (p. 159). La referencia a Judt tiene por fin presentar su concepto de “responsabilidad *post-mortem*”, desarrollado a lo largo de sus conversaciones con Ernst Nagel en la Universidad de Nueva York: “Seguimos en vida de los individuos por los que respondemos... la memoria que dejamos atrás, la impresión de que dejamos allí el conjunto de ideas que teníamos, y las razones para continuar utilizando tales ideas, son un conjunto de responsabilidades que tenemos ahora” (p. 161). Así, “hay argumentos para actuar ahora, como si fuéramos a estar ahí para asumir la responsabilidad por nuestras palabras y por nuestros hechos; por la vida en el futuro, aunque no sea nuestro propio futuro” (p. 161).