

Tehnofeudalisme. Critique de économie numérique

Cédric Durand (2020)

París. Éditions La Découverte

El término tecno-feudalismo es empleado por primera vez en un texto de un manual de juego, de Loyd Blankenship, en 1990. La idea es fructífera porque nos permite asociar las grandes empresas (Google, Facebook...) como señores feudales, y los usuarios como súbditos. Además, estas empresas son los Estados.

El objetivo del libro es el de analizar el capitalismo digital actual como una regresión tecno-feudal. Para ello explora primero la genealogía del imaginario de la ideología de Silicon Valley que ha subyugado a las últimas generaciones. Después, analiza los algoritmos y la lógica de vigilancia que se crea y que afecta a las lógicas política y económica del capitalismo actual. El tercer capítulo lo dedica al análisis de los activos inmateriales (bases de datos, programas) que constituyen industrias, y que son transversales a muchas otras. El capítulo cuarto es el que analiza en profundidad el concepto de tecno-feudalismo y que, según el autor, es el camino hacia donde discurre el capitalismo actual.

Una buena parte del primer capítulo (sobre la ideología de Silicon Valley) la dedica el autor al estudio del documento *A Magna Carta for the Knowledge Age*, de 1994. Se trata de un documento redactado a partir de una Conferencia titulada Ciberespacio y el sueño americano, organizada por *Progress & Freedom Foundation*, think thank y grupo de presión en el que

están las más grandes empresas de tecnología de la época, entre ellas, Microsoft y Google, Disney, etc. En él se propone la positividad de los cambios de la nueva era del conocimiento. Esta Carta Magna está en la base del despegue de la economía *tech* norteamericana.

Considera varias paradojas que ilustran bien el capitalismo actual: vuelven los monopolios, a pesar de que se multiplican las *startups*; de hecho, estas se convierten después en monopolios; el nuevo espíritu del capitalismo se caracteriza por la vigilancia, lo cual difícilmente casa con los principios democráticos y con las libertades; la paradoja de la concentración espacial y el incremento de las desigualdades.

A nivel geopolítico, Europa ha perdido peso en la industria y en la economía. No sólo porque crecen otros países, como China, sino que también se observa que no hay empresas europeas entre las primeras mundiales: Google, Facebook, Uber, Amazon, Microsoft son norteamericanas. No se olvida Cédric Durand del papel que en este desarrollo tiene el complejo militar-industrial, en el que colaboran Google, Microsoft, IBM, etc.

El libro constituye una reflexión lúcida y ágil desde el marxismo. Una aportación interesantísima es que la multiplicación de formas no democráticas de regulación del capitalismo (China) y el desprecio de las libertades individuales que caracteriza a Facebook, Google llevan al autor a reconsiderar la hipótesis de «re-feudalización de la esfera pública,» que Habermas había realizado en 1996 (p. 96 y ss).

Ahora el individuo es más consumidor de motores de búsqueda o de plataformas de comunicación o de compra, y menos ciudadano. Incluso él mismo se transforma en un producto de masas (dato)

que permite vender publicidad a alguno de los señores feudales. Una pista de esta re-feudalización es la mezcla de géneros, en concreto de la publicidad y de la diversión, que caracteriza al feudalismo. Durand habla de imposturas del capitalismo, y una principal es la de en apariencia estar basado en consideraciones entre iguales, cuando todo lo desmiente, y los monopolios, y los salarios de sus dirigentes, más. Resulta imposible casar asimetrías económicas con igualdades políticas, o con la igualdad de comunicación.

El modelo económico de las plataformas, por mucha diversidad de actividades, es el de la colecta de datos, de forma que todas compiten entre ellas: Google, Uber, Amazon, etc. En palabras de Durand: «Fuera cual fuese el negocio de origen, las estrategias de conquista del ciberespacio tienen todas el mismo objetivo: controlar los espacios de observación y de captación de los datos procedentes de las actividades humanas» (p. 97). Para ello han tenido que «convencer» a los consumidores para que les dejen utilizar sus datos (p. 99).

Los datos tienen tres características: generación continua, la exhaustividad y la flexibilidad, entendida esta como la posibilidad de complementar unos datos de unas fuentes con otros de otras fuentes. Estos datos son lo que, según Shoshana Zuboof, permiten la construcción de un capitalismo de vigilancia. La pregunta que surge es: ¿cuál es el propósito de la vigilancia?: el control del comportamiento. Lo que es nuevo es que la vigilancia no se realiza en la esfera de la Administración o del estado, sino también en la mercantil: la vigilancia perfecta. ¿Cómo interpretar si no, los datos que tiene Oracle: 30.000 atributos de cada una de los 300 millones de personas que tiene en sus bases de datos? En China, una filial de

Alibaba tiene datos de más de 500 millones de individuos y establece una escala social de asignación de puntos, dependiendo de múltiples variables. Esto no es nada comparado con el sistema de control del gobierno chino, que dispone de unos 10.700 millones de puntos de información, procedentes de agencias gubernamentales y también privadas. Esta es una buena muestra del capitalismo de vigilancia.

Durand analiza la propiedad intelectual como monopolio sobre los conocimientos. Esto da lugar a aberraciones como las *patent trolls*, que son empresas que compran patentes no para explotarlas sino para demandar a las empresas que pudieran estar utilizando alguna de esas patentes. Por otro lado, los activos intangibles —por ejemplo, los programas— tienen unas inversiones importantes al principio, pero, después los costes de distribución son muy reducidos. Para Durand esto explica la nueva lógica de la competencia. El hecho de que tengan una gran cantidad de activos intangibles, al poderlos prorratar entre una cada vez mayor cantidad de ventas, hace que se creen unos rendimientos a escala, sin masas. Esta sería una de las fuentes de rentas diferenciales. Las otras que considera son las rentas de la propiedad intelectual (patentes), las del monopolio natural, y las rentas de innovación dinámica, que procederían de la utilización de los *big data* para mejorar cualquier estado de la cadena de valor.

El último capítulo se dedica a analizar el feudalismo. La sociedad medieval es una sociedad muy jerarquizada, en el que un pequeño grupo domina, y el resto obedece. La dominación no es total, porque existe una fragmentación de los poderes, de los diferentes señores feudales. Una de las figuras fundamentales es la ser-

vidumbre, no son esclavos, porque no son propiedad de los señores, pero su libertad está muy limitada. Hay otras figuras que son las concesiones de territorio, que así debe sostener financieramente al señor y apoyarle en las guerras. Precisamente las guerras son el mecanismo de regulación del sistema feudal, ya que podía convertirse en un método de expansión (de crecimiento), siempre que se ganase...

El paso del feudalismo al capitalismo es que hay un trasvase del control del trabajo hacia el control de los medios de producción. Hoy, lo que sucede es que se identifica utilización del servicio y al propio utilizador, de manera inseparable, lo cual genera una lógica de control, que Durand interpreta como vuelta al feudalismo.

Durand concluye señalando que la economía digital, o mejor el capitalismo digital no es un capitalismo diferente, pero la deriva actual sería hacia una profundización de las contradicciones que le caracterizan, entre ellas la tendencia creciente a la centralización. La mercantilización creciente de las actividades de nuestra vida diaria se observa en la creciente utilización de los algoritmos para analizar los datos procedentes de la realización de dichas actividades. Lo que está sucediendo nos permite mejor entender la lejanía en que se coloca al ser humano. La ciencia está al servicio de la innovación, o mejor, de una concepción determinada de innovación, y los resultados se ven más asociados al capital, y menos al trabajo, de forma que los trabajadores pasan aún más a una situación marginal. Por supuesto que lo comunicativo tiene importancia en tanto en cuanto permite recolectar datos de quien los utiliza.

Juan Carlos Miguel de Bustos
Universidad del País Vasco
(UPV/EHU)