



:: [portada](#) :: [Opinión](#) ::

18-05-2017

Mercancías "tecnológicas" sensibles. ¿Les creemos todo lo que dicen de sí mismos?

## El gran negocio de las emociones

Fernando Buen Abad Domínguez

Rebelión/Instituto de Cultura y Comunicación UNLa

Aunque hoy la agresividad publicitaria se empeña en vendernos su uso del "*deep learning*" como nueva Biblia de las ventas, se trata de un mecanismo de control tan viejo como la lucha de clases. Hoy se publicita como el milagro de los *sensores* digitales que, por ejemplo, registran movimientos musculares del rostro para detectar "emociones" que interpreta con algoritmos, es una historia que recorre los sótanos más ignotos de la inteligencia militar -de todos los tiempos- y la inteligencia corporativa del espionaje empresarial y del reino de latifundistas del clero.

Merece una indicación aparte la burrada mercantil que pretende obtener conclusiones lineales de un fenómeno tan completo y diverso como es el espectro emocional en las culturas más diversas. En todo caso es ese el *pecado original* repetitivo, hasta la náusea, en el negocio de publicistas urgidos de igualarlo todo para dar lugar a la uniformidad cuantitativa de las mercancías. O dicho de otro modo, es la lógica del vendedor que necesita muchos compradores enamorados de la misma mercancía repetida, por y para las ganancias, más allá de la Cultura y más allá de los individuos.

Para vender (muy cara) su lógica publicitaria han hecho todo género de experimentos y todo tipo de malabares tecnológicos. Se trata de vender su "gran poder" cognitivo y su destreza mercadológica para imponernos cualquier cosa con el "argumento" de que ellos pueden saber qué piensa y qué siente "la clientela". Y sin soslayar su cinismo de espionaje (implícito y explícito) hacen de su oferta una mercancía que es realmente un delito al que se suma el secuestro de información adquirida sin consultar y sin autorización de los involucrados. Las leyes brillan por su ausencia porque la única ley que vale es la del mercado.

Quieren que creamos, por ejemplo, que las expresiones humanas tienen comunes denominadores emocionales estándar y legibles en puntos específicos del rostro. Quieren que creamos que una sonrisa tiene iguales o similares cargas emocionales sin explicar dónde ocurre en el espectro de todas las desigualdades económicas, sociales, culturales e históricas. Tendrían que explicar su "muestra", su marco teórico, sus fundamentos y sus objetivos o intereses de fines y de principios. Y deben hacerlo a la vista de todos porque la información sobre el comportamiento de los "compradores" no les pertenece.

Especialmente el interés de los publicistas por las emociones tiene la frontera del poder adquisitivo. Poco importa qué siente quien no tiene capacidad de compra. Tampoco importa el que no tiene capacidad para decidir sobre el presupuesto familiar. Se diga lo que se diga. Eso deja al universo de los intereses por las emociones de mercado margen reducido de la población mundial y con un descarte de género proclive al machismo. El capitalismo en persona.

No es lo mismo "*big data*" que "*deep learning*" y estos no se confunden con otros "paquetes" en el inventario posmoderno del relato mercantil. Cada uno es sometido por la diversidad de intereses que desemboca en uno solo que es el control de las masas al servicio de su esclavitud *feliz*,



*creativa, rentable y hereditaria. Por "sæcula sæculorum".*

Así que no hay razón para creerles ni hay causales para rasgar las vestiduras creyendo que estamos en un Apocalipsis por la dominación mediática de "última generación". Millones de personas todavía se confiesan en las iglesias y millones van al psicoanálisis que no son menos mercado de emociones que otros muchos. Con sus excepciones valiosas. No se trata aquí de negar a ultranza los logros manipuladores conquistados por el "*big data*" y todos los sucedáneos con su tecnología *espectacular*, ni de esconder sus ventas o "prestigio". Se trata de esclarecer en qué lado de la lucha de clases opera para no llegar al equívoco de que se trata de un aporte noble y "asexuado"

Así pues, algunos venden la "*big data*" o el "*deep learning*" como si se tratase de verdades reveladas para seducir anhelos de dominación conductual, ideológica y emocional. Sueño añejo de toda dictadura. Venden la idea de que lo saben todo y de que ese saber es una llave maestra con la que, así nomas, linealmente se puede dominar a las masas. Y han hecho todo tipo de experimentos. Fundamentalmente mercantiles.

Algo similar a los que fue y es el recopilador histórico de información llamado "confesionario". Algo similar a los métodos de espionaje barrio por barrio, taxi por taxi... La clase dominante lo ha sido también porque ha sabido apropiarse y controlar la información en todas sus escalas cualitativas y cuantitativas mientras los pueblos han sido sometidos a todo género de chantajes, miedos y extorsiones para que provea "datos" sobre lo que son, hacen, sienten, anhelan y sueñan. Desde el confesionario hasta el psicoanálisis.

Pero el discurso tecnológico en su fase digital embriaga a muchos y los convierte en clientes de falacias a granel. Hacen pasar por saberes "avanzados" viejas manías de archivo cuya conquista principal es la facilidad para mover masas de información a gran velocidad. Pero eso no las convierte en irrefutables. Por más seductor que suene un "estudio" que hubiere registrado a gran velocidad movimientos musculares en los rostros de 4 millones de personas, el hecho cuantitativo no es suficiente para obtener de ahí conclusiones verdaderas. Menos si las hermenéuticas están infectadas de origen por la lógica de la mercancía y su plusvalía. Muchos espejitos de vidrio no son la realidad por más que brillen bonito a los ojos de los mercaderes.

El universo emocional de los seres humanos ha sido ambicionado por todo tipo de audacias "controladoras". El modelo de dominación recurrente ha sido la inducción de miedo en variedades insondables y los éxitos reportan resultados desiguales y combinados. Miedo a lo visible y a lo invisible, miedo a lo subterráneo, lo terrenal y lo extraterrestre. Miedo al mar, al cielo y a los desiertos. Miedo al microcosmos y al macrocosmos. Miedo al yo interior y miedo a todos los seres humanos. Miedo en todas sus presentaciones y dosificaciones. Miedo pasado, presente o futuro. Miedo, incluso, por las dudas. Miedo a la clase trabajadora consciente y organizada.

Y desde luego las emociones humanas también ofrecen filones mercantiles muy jugosos porque uno de los miedos burgueses -por antonomasia- es no poder controlar lo que piensan y sienten los



pueblos. Por eso proliferan los inventos tecnológicos y la saliva para venderlos. Por eso cunden los nuevos mitos del "ultra poder" de la cibernética en la fase en que se nos presenta como el nuevo demiurgo armando con ultra-sensores capaces de saber, a mañana, tarde y noche, dónde estamos, qué hacemos y qué nos place o displace. Eso incluye a los teléfonos "inteligentes", los ordenadores de nueva generación, los televisores inteligentes y las cámaras de vigilancia.

Para que ese mito mercantil funcione a plenitud publicitaria, y se cobre mucho dinero por eso, ha sido necesario legitimar de facto el espionaje. "*Big brother*", cámaras de vigilancia, organismos de inteligencia... y todo género de intromisión en la vida nuestra hasta llegar al punto de una nueva adicción narcótica basada en espiar a todo mundo mientras somos espiados con en buena parte de las redes sociales. Hay que expropiar integralmente toda esa estrategia de recolección y ofensiva con la información; desnudar sus mitos de mercado y producir una Revolución Ética (como proponía Adolfo Sánchez Vázquez) y a la vista de todos reelaborar sus aportes y sirva como herramienta para conocernos mejor en igualdad de oportunidades y principalmente de condiciones.

La próxima vez que llene usted un formulario de trabajo, de escuelas o de bancos. La próxima vez que responda a encuestas telefónicas breves o largas... la próxima vez que ponga "*like*" o "emoticones" sonría "lo están filmando" para hacer negocio con toda la información que uno provea. Eso no implica que ya tengan dominada a toda la especie humana. Grandes Revoluciones están en marcha.

Rebelión ha publicado este artículo con el permiso del autor mediante una [licencia de Creative Commons](#), respetando su libertad para publicarlo en otras fuentes.