

ENTREVISTA A ESTEBAN MAGNANI

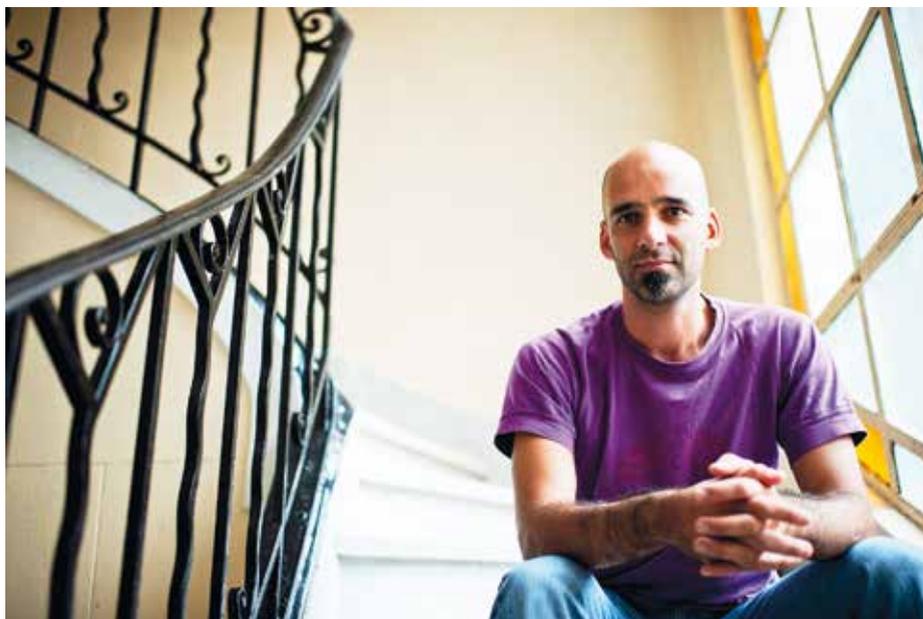
Datos y tecnología digital

Control social disfrazado de inocencia y neutralidad

Data and digital technology
Social control disguised as innocence and neutrality

Dados e tecnologia digital
Controle social disfarçado de inocência e neutralidade

DOI: <https://www.doi.org/10.18861/ic.2021.16.2.3158>



JULIO · DICIEMBRE 2021
211
INMEDIACIONES

► POR SOLEDAD AYALA

soledad.ayala@gmail.com - Universidad Nacional de Quilmes, Argentina.

ORCID DE LA ENTREVISTADORA: <https://orcid.org/0000-0002-9669-4531>

CÓMO CITAR: Ayala, S. (2021). Entrevista a Esteban Magnani. Datos y tecnología digital. Control social disfrazado de inocencia y neutralidad. *InMediaciones de la Comunicación*, 16(2), 211-223. DOI: <https://www.doi.org/10.18861/ic.2021.16.2.3158>

Esteban Magnani navega entre el periodismo, la academia y la comunicación de la ciencia. Su tarea como periodista, docente y escritor se ha centrado principalmente en el impacto de las nuevas tecnologías digitales, la Inteligencia Artificial (IA) y los datos para analizar el impacto que tienen en la sociedad, la política y la economía, pero también en la forma en que los sujetos se constituyen como tales. Su mirada crítica y plural de las temáticas relacionadas con los datos y las tecnologías digitales brinda una gran riqueza a la hora de conocer y reflexionar sobre fenómenos que son centrales para comprender **la contemporaneidad que nos toca vivir**. Cuando buena parte de las perspectivas actuales tiende a enfocarse o recortar la problemática, Magnani busca ofrecer una mirada abarcadora, capaz de dar cuenta de las complejidades y los desafíos actuales.

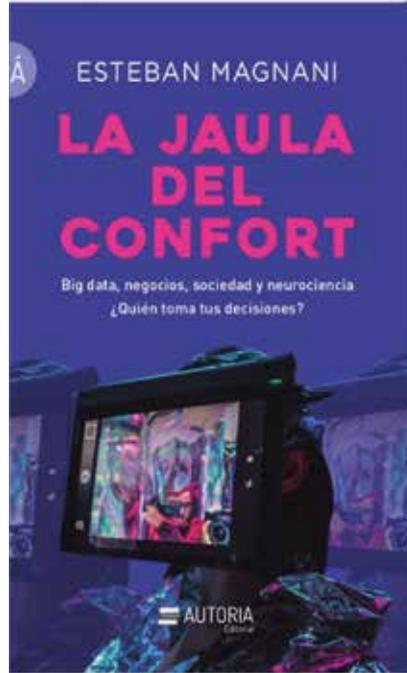
A la hora de reflexionar sobre la llegada de cada nueva tecnología, desde la escritura hasta los trenes, desde la electricidad hasta el cine, han primado con frecuencia las perspectivas “horrorosas” o catastrofistas. Sin embargo, cada uno de esos saltos tecnológicos se acomodó en la sociedad produciendo cambios que, por lo general, fueron menos apocalípticos que los anunciados. ¿Será igual esta vez? ¿La *plataformización de la economía* podrá ser regulada para producir algo más que trabajo “chatarra”? ¿La sociedad logrará generar los anticuerpos para evitar ser manipulada permanentemente gracias a los estímulos que genera la inteligencia artificial? ¿Los monopolios tecnológicos serán desmembrados para dar un poco de aire a la competencia y alternativas a los usuarios? ¿Podrán los jóvenes tomar conciencia de que la red no olvida nada de lo que suben y protegerán su privacidad? Y, sobre todo: ¿Hay algo distinto en este nuevo paradigma tecnológico que lo hace especial?

La disyuntiva entre apocalípticos e integrados, como etiquetas a priori, pierde sentido si lo que importa es pensar sobre este tipo de interrogantes y ofrecer algunas reflexiones que permitan enriquecer la mirada. En esta entrevista con *InMediaciones de la Comunicación*, Magnani da cuenta de la multiplicidad de aristas que atraviesan la relación entre datos y tecnología digital, y abre una serie de consideraciones sobre la ética, la educación y nuestra propia construcción como ciudadanos, algo que no es ajeno sino absolutamente constitutivo de esa relación.

SOLEDAD AYALA (S.A.): Esteban, quienes conocemos su recorrido en el campo periodístico y académico, tenemos constancia de los aportes realizados a la hora de reflexionar sobre temáticas referidas a las interfaces, las plataformas y la complejidad de su funcionamiento. Para empezar, sería interesante que nos contara desde qué lugar piensa y analiza el vínculo entre tecnología y sociedad.

ESTEBAN MAGNANI (E.M.): Lo primero que podría decir es que me gusta pararme en un lugar de cruces que me permita una mirada global de

lo que está pasando con la tecnología, la economía, la sociedad, la política y los sujetos. Creo que para organizar y abarcar el análisis de lo que está pasando en la actualidad tenemos que viajar al pasado, ir al momento cuando las cosas empiezan a “irse de control”, por decirlo de algún modo. En ese sentido, me parece que aporta mucho el libro *Capitalismo de plataformas* de Nick Srnicek (2018), quien plantea que en los años noventa existió una crisis de sobreacumulación, pero al mismo tiempo también tuvo lugar una reducción de los controles como producto del avance de políticas neoliberales. Entonces, los capitales financieros buscaron nuevos espacios de reproducción y empezaron a mirar con cariño lo que estaba pasando en las telecomunicaciones, en Internet, en el mundo digital en general. Si bien no tenían claro cuál era el modelo de negocios, avanzaron por esa vía y formaron miles de *startups*. Fue así como Internet tomó un nuevo rumbo, distinto del crecimiento en red liderado por la comunidad, por decirlo de una manera simplificada.



Magnani, E. (2019). *La jaula del confort. Big Data, negocios, sociedad y neurociencia. ¿Quién toma tus decisiones?* Buenos Aires: Autoría Ediciones.

S.A.: Entonces podemos decir que las plataformas no son nuevas, pero están actualmente en un momento de “explosión”. Si tuvieras que situar históricamente el inicio del proceso que estamos viendo hoy, ¿cuándo sería?

E.M.: Sin duda, creo que la crisis del 2001 es una fecha bisagra. Es decir, con la crisis de las *puntocom* a partir de 2001 se notó que se había inflado una burbuja mucho más grande que lo que el negocio daba en ese momento. Los que sobrevivieron, sobre todo Google, se dieron cuenta a partir de entonces que los datos son una herramienta muy poderosa, una mina de oro, cuando se las combina con IA. Ese poder permitió a las plataformas, junto con Facebook, que se formó en 2004, aprovechar esos datos para producir una disrupción en el mundo de la publicidad online. Esto trajo aparejado un quiebre en los me-

dios masivos de comunicación, que vieron cómo estas dos corporaciones –más tarde también se sumó Amazon–comenzaron a controlar el multimillonario mercado de la publicidad online. Ante este fenómeno, las enormes empresas de comunicación masiva, que parecían indestructibles, empezaron a tener una caída de ingresos que impactó y sigue impactando en todo lo que hacen y en su influencia sobre la sociedad.

S.A.: Mencionó la conjunción entre datos e IA, quisiera que desarrollara un poco más esa cuestión.

E.M.: El modelo basado en datos y algoritmos busca ser reproducido en otras áreas, además de la publicidad online, especialmente por los mismos que salieron victoriosos de los propios nichos en los que crecieron: a Amazon, Google, y Facebook se le suman Apple y Microsoft, que tenían modelos de negocios distintos pero que comprenden la urgencia y la necesidad que tienen que empezar a capturar datos y desarrollar la IA. El objetivo es usar los recursos acumulados para entrar en otros nichos, como por ejemplo *streaming*, *fintech*, industrias culturales, transporte, educación, salud y sigue la lista.

A su vez, el poder que va surgiendo de la combinación entre datos e IA va generando, gradualmente, efectos colaterales como los que menciona muy bien Shoshana Zuboff (2019) en el libro *La era del capitalismo de vigilancia*, donde describe el modo en que los datos permiten crear un mercado de “comportamientos futuros”: es decir, hay tantos datos y capacidad de procesarlos que, con base en lo que cada persona ha hecho y lo que hacen otras con gustos similares, se puede “prever” qué hará cada persona en el futuro. Con esa información, podés generar estímulos adecuados para favorecer un comportamiento: le mostrarás un posteo con lo que hizo un amigo, una nota que lo indigne, le mostrarás una oferta que durará unos minutos, un juego, lo que sea. En otras palabras, puede decirse que si tenés los datos, los algoritmos de IA y la capacidad de hacer llegar a la gente determinados estímulos, podés de esa manera favorecer o inducir comportamientos funcionales a tu modelo de negocios, a los intereses de tu partido político, de tu empresa o cualesquiera que sean tus objetivos. Esos efectos colaterales están teniendo un impacto enorme, como nunca antes se pensó, en la política, la sociedad, la economía y hasta en las formas en las que construimos la propia subjetividad, como analizan muy bien, por ejemplo, Paula Sibilia en numerosos textos.

S.A.: Mencionó un punto clave: la política. Si estamos hablando de datos, IA, conductas y política, es imposible no pensar en Cambridge Analytica. Pienso en la manipulación de datos que tuvo lugar y sería bueno saber más sobre su funcionamiento, teniendo en cuenta además que ha escrito un artículo sobre ese tema titulado “El robo del siglo” (Magnani, 15 de abril de 2018).

E.M.: Sí, es verdad lo mencionado. Cambridge Analytica marcó un punto de quiebre en la percepción general sobre el poder de las redes y sus efectos. No es que no hubiera señales anteriores acerca del enorme poder de los datos para manipular a la sociedad con fines electorales o que los datos no tuvieran poder. De hecho, la misma empresa había realizado trabajos en otros lugares, pero como esos lugares no eran “países centrales” se consideraba como algo lejano, como algo que pasaba en sociedades más “primitivas”, por usar una estigmatización típica. Pero cuando muchos del *establishment* de los Estados Unidos –tanto pertenecientes al partido republicano como al demócrata, los medios de comunicación e instituciones de todo tipo– vieron cómo se les iba de las manos la elección, teniendo en el centro de la escena a un tipo imprevisible como Donald Trump, empezaron a dedicarle más tiempo al fenómeno y buscaron entender qué estaba pasando. ¿Cómo hicieron para “puntear” la maquinaria electoral basada en los medios de comunicación y en los líderes de opinión? Incluso, en 2008 la campaña de Barack Obama había sido súper innovadora en el uso de las redes sociales, pero respondía a otra lógica, más parecida a la que caracteriza a la publicidad clásica que elige recortes específicos de la campaña dependiendo del sector o grupo a quien se le pretende hablar. Cruz, primero, y, luego, Trump, contrataron a Cambridge Analytica para hacer un trabajo mucho más complejo, segmentado, que podía llevarse adelante teniendo en cuenta varias aristas. Y para el desarrollo de una de esas aristas era fundamental detectar a los más “influenciables”, es decir, personas que tenían varios de los rasgos que permitían suponer que, si eran incentivadas mediante ciertos estímulos, podrían votar a Trump.

Entonces, primero había que llevar adelante una estrategia de campaña completamente nueva: no solo había que dirigir la campaña, sino reforzar los mensajes, invertir más dinero y era impensable desperdiciarlo con votantes que mantuvieran siempre una misma opinión. Segundo, era fundamental analizar en qué regiones podían sumarse los votos necesarios para ganar la elección de determinados Estados. Es decir, identificar en qué Estados iba a ser imposible ganar y no desperdiciar recursos –ni dinero ni tiempo– por ganar votos en esas regiones. En tercer lugar, no solo se debían detectar las preocupaciones de cada votante, sino también qué tipo de personalidad tenían, y de esa manera adaptar los mensajes a su *personalidad* (Magnani, 15 de abril de 2018) en base a variables que se miden con un test para el que los datos son fundamentales. Así, no hacía falta hacerle un test a cada una de las personas, sino que comenzó a registrarse, analizarse y utilizarse su comportamiento en las redes, sus gustos musicales, sus hábitos, el tipo de fotos que subían, con quiénes hablaban y con quiénes no, qué notas compartían, y demás. Esto generó una suerte de radiografía de la personalidad del votante bastante precisa, lo cual permitía apuntar a sus rasgos más sensibles a través de mensajes bien segmentados y específicos.

S.A.: Podríamos decir que se trata de un acceso hiperminucioso, donde la persona parece ser “escaneada” hasta en sus más íntimos detalles y experiencias.

E.M.: Absolutamente. De hecho, otro recurso fue hacer que quienes nunca votarían por Trump no eligieran la opción de votar a Hillary Clinton: para eso se utilizó una herramienta de Facebook, conocida como *dark posts*, que, por ejemplo, recordaban constantemente algunas cosas que dijo Hillary sobre los negros estadounidenses. Así, se demoró mucho tiempo en comprender por qué en los barrios de la comunidad negra –que solían votar a los candidatos demócratas– el presentismo al momento de ir a votar cayó mucho respecto a elecciones presidenciales anteriores. Esos posts no se podían compartir ni guardar en las redes una vez que fueron vistos, solo en algunos barrios ocurrió eso, pero ¿por qué motivos? Recuerdo que *Channel Four* hizo una muy buena investigación sobre el tema en la que se describe una correlación entre las bases de datos filtradas de Cambridge Analytica y los barrios en los que cayó el voto de la comunidad afroamericana¹.

Tampoco hubo pruritos para hacer una campaña de noticias falsas, ataques brutales contra todos aquellos que no se alineaban con las ideas y la política propuesta por Trump y, ahí también se aprovechó muy bien el descontento que había en la población, cuyas dimensiones fueron detectadas y utilizadas por Cambridge Analytica. Todo esto funcionó en un contexto marcado por el cansancio profundo que una buena parte de la clase trabajadora estadounidense tenía por los republicanos y los demócratas; sobre todo aquellos de piel blanca, quienes habían sido “excluidos” del sueño americano, tanto por lo George Bush, como por los gobiernos de Bill Clinton y de Obama. Y debe decirse que los jefes de campaña de Trump, con Steve Bannon a la cabeza, siguiendo las ideas de las *nuevas derechas* (Magnani, 2020), detectaron muy bien esa situación y la aprovecharon al máximo. Trump, con su estilo imprevisible y su manera de ser políticamente incorrecta, aprovechó su lugar como *outsider* que venía a patear el tablero de la política americana, en la que siempre ganaba Wall Street.

Pero, además, mucho del discurso demócrata asociado con cierto progresismo social feminista, de matrimonio igualitario, derechos para los afroamericanos y otro tipo de demandas, también estaba muy asociado, en lo económico, con el neoliberalismo que perjudicaba a la clase trabajadora. Fue así que Trump, con su enorme incorrección política, se presentaba como *la perfecta* posibilidad de vengarse de los *snowflakes* –copos de nieve–, como los sectores de derecha denominan a los sectores progresistas. Burlarse del feminismo era para estos sectores una señal de un cambio. Entonces, cuando encontrás esta información te das cuenta de que la política y la historia también fueron determinantes, pero que Cambridge Analytica pudo captar eso y diseñar e implementar una

¹ Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=KIf5ELaOjOk>

estrategia electoral para potenciarlo. Trump ganó por poco. Ni siquiera tuvo la mayoría de los votos totales, pero tuvo los que se necesitaba.

S.A.: Teniendo en cuenta esto que acaba de contar, la educación tecnológica para la ciudadanía en su totalidad y para los chicos en particular, se vuelve fundamental. Ante esto, ¿cómo ve la relación entre las distintas plataformas digitales, la pandemia, la educación y los chicos?

E.M.: Es muy interesante y pertinente esa relación. Hace poco escribí un trabajo titulado “Educación y tecnologías. Adentro de la caja” (Magnani, 2020). Ahí explico que si bien en este momento es difícil ponerse a pensar en qué herramientas trabajar, teniendo en cuenta todas las variables, lo que estamos haciendo es avanzar en un sentido muy peligroso. Las grandes corporaciones, como explicaba al principio, buscan espacios en los cuales puedan expandirse. En ese sentido, es muy tentador ofrecer servicios al sistema de salud o al sistema de educación, que están muy afectados por los recortes y donde los gobiernos no saben cómo hacer para modernizar si no tienen plata o el presupuesto necesario para hacer los cambios que se necesitan. La escuela está en crisis hace años y es difícil pensar cómo resolver eso. Entonces, ahí aparecen gigantes como Google o Microsoft proponiéndote plataformas supermodernas, y te las ofrecen *llave en mano*, a veces de manera más económica que un sistema con muchos docentes, escuelas y personal administrativo incluidos. Convengamos que es una tentación muy grande para algunos gobiernos resolver esto con corporaciones que ya tienen, digamos, un aura de eficiencia, reconocimiento y que automatizan tareas para miles de personas.

Pero, y acá reside uno de los mayores problemas, lo que no se sabe es que no solo van a cobrar por el servicio, sino que van a tomar datos, todos los datos. Incluso te pueden ofrecer un montón de servicios sin costo alguno porque, gracias a eso, acumulan datos sobre los estudiantes, sobre sus recorridos cognitivos, sus intereses, de qué hablan con los amigos, acerca de qué les produce dificultades, qué les gusta, qué hacen en su tiempo libre. Por ejemplo, en Cataluña se estaba un contrato con Google para autorizar este tipo de servicio, y recién cuando los padres se preguntaron qué era lo que estaban aceptando, al tener que dar su consentimiento, se pusieron a pensar que estaban *desnudando* a sus hijos frente a esa corporación². Con la pandemia no se pudo dar esa discusión, al menos del modo en que tendría que tener lugar. Así, los docentes –y las instituciones escolares excepto las que usen software libre– comenzaron a usar las herramientas digitales disponibles y conocidas para dar clases y, junto con eso, a entregar datos sobre los estudiantes que, en un futuro cercano, van a ser el insumo para saber en los próximos años qué venderles y qué no, si son sujetos empleables o conflictivos, si son confiables o no, cuál es el riesgo de darles un préstamo o qué comisión cobrarles por un alquiler, entre otras tantas cosas.

² Véase: Blanchar (10 de diciembre de 2020).

S.A.: Ese nivel de intromisión en la educación da para pensar en las repercusiones posibles en los ámbitos y sentidos más variados.

E. M.: Si me preguntas si está bien que las empresas extranjeras tengan esos datos, yo creo que no. ¿Está bien sumar tecnología a las aulas? Creo que lo que hay que sumar son nuevos y diversos recursos que estén encuadrados en una propuesta pedagógica más atractiva para los chicos, que gane en sustancia sin perder profundidad en las reflexiones, en lo que implica la construcción de un pensamiento crítico. Se entiende que a los chicos les gustan más pantallas con animaciones y que, de esa manera, se logra que consuman más horas de educación, pero el desarrollo del pensamiento crítico es fundamental. Es decir, el objetivo no puede ser la tecnología digital en sentido estricto. Ahora bien: hay experiencias con plataformas educativas como Moodle de software libre, alojadas en distintas universidades de todo el país que permiten democratizar el acceso a la educación sin tener que obligatoriamente entregar los datos³. Además, como esas plataformas educativas están alojadas en servidores argentinos, se produce trabajo y los ciudadanos aprenden sobre esa plataforma y se apropian de conocimientos muy necesarios para el desarrollo de nuestro país⁴. Es decir, no es solo comprar “algo” y que ese “algo funcione” a la manera que lo pensaron unos ingenieros en Silicon Valley, en otra coyuntura, con otros recursos y otras condiciones para su acceso material y simbólico. En nuestros países hay una comunidad de autoridades, docentes, alumnos e investigadores que tienen que ser parte del proceso de construcción de una educación mejor, con o sin tecnología digital. Pero si en cambio simplemente te entregás a lo que te venden, por decirlo de alguna manera, no salís más de una nueva forma de dependencia. En ese sentido, me parece una muy buena noticia que las nuevas netbooks, en los secundarios argentinos y dentro del Plan Federal Juana Manso, vengan solo con Huayra y una distribución de GNU/Linux basada en Debian y diseñada específicamente para los estudiantes de Argentina. Las computadoras anteriores venían con Windows, pero ahora ya no y eso va a permitir que la gente deje de abrazar el estándar de ese sistema operativo como si fuera lo único existente. Los programas funcionan básicamente igual para los usuarios, pero lo que ocurre detrás de la pantalla es totalmente distinto. Por empezar, porque podés saber qué ocurre detrás de la pantalla mirando el código. Windows, en cambio, es una caja cerrada que revela poco y nada de lo que hace con tu información.

S.A.: Lo anterior es muy importante. Saber qué ocurre detrás de la pantalla tiene una gran trascendencia: datos y privacidad de los datos, acceso y conocimiento a los mismos, atraviesa toda nuestra cotidianeidad. A veces

³ Véase: Magnani & Pánico (8 de octubre de 2019).

⁴ Véase: Magnani (12 de abril de 2020).

pareciera que los usuarios no terminan de dimensionar que existen otras opciones aparte de la forma estándar que conocemos, pero tampoco se toma demasiado en cuenta la importancia de cuidar los datos personales, del perfil y reflexionar sobre qué buscar y dónde. ¿Qué consejo, si vale decirlo así, se podría decir sobre este tema?

E.M.: Es muy difícil pensar en soluciones individuales. El costo de no estar en Facebook es muy alto. La presión de pares por estar en Instagram es grande. Incluso corrés el riesgo de perder tu trabajo si te negás a usar las herramientas de Google, Zoom o Whatsapp. Por supuesto que uno puede hacer una reducción considerable de daños a distintos niveles, no solo para proteger la privacidad de cada uno sino también en pro de preservar la salud mental. La interrupción permanente del celular es muy nociva para nuestra capacidad de concentración, nuestra productividad, nuestro bienestar. Creo que lo mejor es no tener redes sociales en el celular, que no suene cada vez que llega un mensaje. En mi caso, la gente que me conoce sabe que solo si me llama por teléfono va a tener una respuesta rápida; el resto lo miro cuando yo quiero. También es importante recordar que lo que se pone en las redes no se olvida más. Tampoco lo que uno busca en Google. Por ejemplo, si uso DuckDuckGo, un buscador que no registra casi nada de la persona que busca, es muy distinto a usar otro que deja registro de todo.

Asimismo, es bueno usar software libre, sistemas operativos tan simples de usar como el iOS o el Windows, pero que no van registrando cada cosa que hacemos. Por ejemplo, yo uso una distribución de GNU/Linux que se llama Ubuntu, pero hay otras amigables como Mint o Debian. Incluso Huayra mismo, un sistema operativo basado en Debian que viene en las computadoras del programa argentino Conectar Igualdad. Hay más cosas que se pueden hacer, pero si no sos un *geek* se empiezan a complicar. Lo fácil no siempre es lo mejor, pero no siempre tenemos opción. Lo bueno del software libre es que también se aprende; salís un poco del uso pasivo de la tecnología que es el más frecuente. Es demasiado el poder que le damos a la tecnología digital en nuestra vida cotidiana: nos elige la música, entretiene a nuestros hijos, nos dice cómo llegar a un lugar, nos ofrece respuestas a las preguntas que tenemos con un criterio que no siempre es el mejor. Lo que más necesitamos es un Estado que comprenda lo que pasa, una comunidad regional, como lo está intentando la Unión Europea, o, mejor aún, una a nivel global que pueda pensar al respecto y disponer de otras alternativas. En Estados Unidos hay algunos indicios de que se están despertando y empiezan a ver que tienen que hacer algo con esos monstruos que dentro de poco nadie va a poder controlar.

S.A.: **Y también hay una cuestión ética, que se mezcla con los derechos de los ciudadanos. La ética pareciera ser un tema olvidado en algunas reflexiones actuales sobre el uso de tecnologías. ¿Cuál es su punto de vista?**

E.M.: Y, es difícil. No soy un experto en ética, pero diría que no es ético que *nos vayan haciendo*, a nosotros, a nuestros datos, cada vez más transparentes frente a las estrategias de las grandes compañías de tecnología digital, sin ningún tipo de aviso o campañas educativas que nos permitan conocer esos procesos y que nos adviertan sobre las consecuencias de todo esto. El Estado tiene el rol de proteger a su gente, a sus ciudadanos, de que los alimentos que consumimos sean sanos, que no nos hagan mal, que todo el detalle nutricional esté bien descripto en sus etiquetas. De la misma manera pasa con los medicamentos. Pero, de repente, todos tenemos en el bolsillo un celular que es una especie de bolsa de caramelos, siempre abierta, siempre tentándonos a hacer una nueva interrupción, a tomar una nueva dosis de dopamina –que es lo que nos produce un nuevo like o un comentario en una foto; la sensación de que somos parte de una tribu–. Eso es super adictivo, pero el Estado, al menos por ahora, no solo no lo regula, sino que ni siquiera nos advierte nada sobre esos temas y las precauciones que podrían tomarse. Es cierto que se trata de un fenómeno tan novedoso, tan naturalizado y que se instaló con tanta velocidad que sería difícil que se pueda responder tan rápido, pero es necesario empezar a pensar respuestas.

Hay algunas cosas muy interesantes que están dando el marco para que eso ocurra, como por ejemplo una serie de recomendaciones elaboradas por el Fondo de las Naciones Unidas para los Niños (UNICEF), donde se plantean varias de las dimensiones de este problema en el uso de tecnología digital en los menores⁵. Eso se debería dar a conocer y derramar hacia los sistemas educativos nacionales, al igual que ciertas consecuencias en el ámbito de la salud: la obesidad, por ejemplo, también es uno de los síntomas de lo que está teniendo lugar en las personas al usar de manera excesiva las pantallas. Pero, mientras tanto, el mercado nos empuja, por medio de distintos mecanismos, a utilizar cada vez más dispositivos que registran nuestras acciones y decisiones, transformándolas en datos que puedan ser usados en favor de unas pocas corporaciones sin importar demasiado si es bueno o no para nosotros, aunque seguro que es lucrativo para sus fines. La forma en la que pensamos la barrera entre lo que es íntimo y aquello que no lo es ha cambiado de manera muy veloz en este contexto actual. La privacidad no es lo que era antes, ya que la idea de lo íntimo es una construcción social y las plataformas digitales se han metido mucho en la forma en la que nosotros construimos los vínculos personales, familiares, amigos, nuestras formas de consumo o la educación, empujando así, con todo su poder, hacia aquello que es funcional a su modelo de negocios. Sin embargo, las otras potencialidades de lo que podría ocurrir con la tecnología digital van quedando en el camino o no tienen visibilidad.

⁵ Véase: <https://www.unicef.org/uruguay/media/3001/file/Pantallas%20en%20casa.pdf>

S.A.: Luego de todo lo que hemos dialogado, es imposible no preguntar sobre datos y geopolítica, ya que teniendo en cuenta la situación que estamos viviendo, creo que los datos y la geopolítica serán un factor clave en el escenario global. ¿Cuál es su opinión sobre este tema?

E.M.: Bueno, creo que ya está claro el rol que tienen los datos y la IA en la geopolítica global. Tomemos el ejemplo del 5G, la quinta generación de tecnologías para celulares. ¿Por qué Estados Unidos hace tanto lobby para que en el mundo no se use la tecnología 5G de China? Parecería un tema menor o, a lo sumo, parecido a lo que ocurrió con la instalación de normas para la TV analógica o digital, pero esa era una pelea comercial sobre quién vendería más equipos en el mundo. Eso también está pasando en relación al 5G, pero hay mucho más: esta generación de celulares va a multiplicar varias veces no solo la velocidad de navegación, sino que también la cantidad de equipos que se pueden conectar en simultáneo. Es decir, que ahora se van a poder conectar los lavarropas, los autos, los cepillos de dientes, las cafeteras, los termostatos de las casas, los juguetes sexuales, todo lo que se nos pueda ocurrir para que sea “inteligente”. Es lo que se llama Internet de las cosas o Internet of Things (IoT).

Esa tecnología ya existe y se puede conectar, pero hay límites. Con el 5G se van a poder conectar al mismo tiempo y se va a poder multiplicar la cantidad de datos que las empresas tienen sobre nosotros hasta el punto de que va a parecer que lo hoy en día tienen es rudimentario, tosco. Nuestra vida, en todos sus detalles, va a estar descompuesta y almacenada como datos en servidores. El nivel de transparencia que tendremos será brutal, muy parecido a lo que Aldous Huxley cuenta en el libro *Un mundo feliz*, aunque en lugar de estar manipulados genéticamente, el intento va a ser manipularnos digitalmente. Cada vez va a ser más difícil escapar de los estímulos permanentes que intentan modificar nuestro comportamiento. Por ahora, los estímulos son caóticos porque hay muchas empresas tironeando de nuestra atención o nuestro dinero. El resultado es que nos endeudan o nos dejan sin tiempo para dormir o hacer cosas analógicas, a menos que hagamos un esfuerzo por contenernos. Pero si esta información pasa a formar parte de un plan más estructural de control social, es mucho más grave. En China se está usando un ranking social, al que hice referencia en un trabajo de hace un par de años (Magnani, 28 de octubre de 2018), que le permite a la población acceder a determinados consumos según los puntos que tiene. Ese ranking se arma con comportamientos registrados constantemente por aplicaciones, sitios web, GPS, etc. Occidente va hacia lo mismo, de manera más sutil, más seductora y menos evidente.

Ahí te das cuenta de la tensión creciente entre una población global estresada por condiciones de vida que se deterioran, con una creciente desigualdad y problemas ambientales –por no mencionar la pandemia–, y los mecanismos, cada vez más poderosos, que buscan controlar el ánimo social y el disciplinamiento. Esta tecnología permite, además, la intromisión en otros

países: es decir, si tenés control de la infraestructura podés acceder a mucha información que escapa a las fronteras nacionales. A modo de ejemplo, es por eso en parte que Trump quería prohibir TikTok en Estados Unidos⁶. ;TikTok! ;Una aplicación para hacer bailes de unos segundos usada por niños y jóvenes! Ahí queda claro que los datos que se recopilan por medio de estas aplicaciones son estratégicos, pero que nosotros nos planteemos si Facebook y Twitter son buenos para nuestros países tercermundistas parece una locura. Sería considerado algo digno de un gobierno totalitario, porque todavía mucha gente tiene la imagen de que estas plataformas vinieron a democratizar a la sociedad y son solo espacios de expresión, que también lo son –o al menos lo fueron– y no vectores de poder y manipulación que van de las corporaciones de los países centrales hacia el resto del mundo. Y si no solo manejas una aplicación de moda, sino la infraestructura misma, como la del 5G, las cosas son mucho más complicadas.

REFERENCIAS

- Blanchar, C. (10 de diciembre de 2020). Escuelas que buscan alternativas a Google. *El País*. Recuperado de: <https://elpais.com/espana/catalunya/2020-12-10/escuelas-que-buscan-alternativas-a-google.html>
- Magnani, E. (15 de abril de 2018). El robo del siglo. *Esteban Magnani. Un poco del popurrí que soy*. Recuperado de: <https://www.estebanmagnani.com.ar/2018/04/15/el-robo-del-siglo/>
- Magnani, E. (2020). Educación y tecnologías. Adentro de la caja. En Dussel, I., Ferrante, P. & Dulper, D. (compiladores). *Pensar la educación en tiempos de pandemia. Entre la emergencia, el compromiso y la espera*. (pp. 85-99). Buenos Aires: UNIPE Editorial Universitaria.
- Magnani, E. (28 de octubre de 2018). BAT (China) vs. GAFA (EE.UU.). *Esteban Magnani. Un poco del popurrí que soy*. Recuperado de: <https://www.estebanmagnani.com.ar/2018/10/28/bat-china-vs-gafa-ee-uu/>
- Magnani, E. (2020). Radiografía de la derecha “bannonista”. *Nueva sociedad*. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/por-que-avanza-la-extrema-derecha/>
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Zuboff, S. (2019). *La era del capitalismo de vigilancia*. Paidós: Buenos Aires.

⁶ Véase al respecto: Magnani (27 de septiembre de 2020).

* Nota: el Comité Editorial de la revista aprobó la publicación de la entrevista.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

Esteban Magnani. Magister en Media & Communication, London University (Inglaterra). Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Docente, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Rafaela (Argentina). Periodista y colaborador diario *Página/12*, *El Dipló*, *Revista Anfibia*. Colaborador del documental *La Toma* (The Take), dirigido por Naomi Klein y Avi Lewis, Canadian Broadcasting Corporation (Canadá). Autor del libro *La jaula del confort. Big Data, negocios, sociedad y neurociencia. ¿Quién toma tus decisiones?* (Autoría Ediciones, 2019). Ex columnista sobre tecnología, Televisión Pública Argentina y ex conductor, Programa 2020, canal TecTv (Argentina). Ex director, Licenciatura de Medios Audiovisuales y Digitales, Universidad Nacional de Rafaela (Argentina).

ORCID DEL ENTREVISTADO: <https://orcid.org/0000-0001-9252-0166>

