

LA DISTOPÍA CONTEMPORÁNEA
DE UN ESPEJISMO VIRTUAL

THE CONTEMPORARY DYSTOPIA
OF A VIRTUAL MIRAGE

Luis G. Montalvo González
Universidad de Puerto Rico, Recinto Universitario de
Mayagüez
luis.montalvo7@upr.edu

Resumen: Las redes sociales y tecnologías asociadas a éstas presentan retos que afectan las sociedades, tanto individual como colectivamente. Inteligencias artificiales (IA) asociadas al sistema económico conocido como capitalismo de vigilancia, procesan y mercadean millones de datos personales de usuarios, descifrando sus intereses y prediciendo el contenido a mostrar para mantener su atención ininterrumpida. El uso prolongado expone a usuarios a manipulación psicológica mediante la promoción de ideas y productos por quienes controlan dichas IA. A través de algoritmos, estas tecnologías se autorregulan para mostrarle a usuarios contenido afín a sus intereses, aunque las IA carecen de capacidad para discernir entre noticias falsas y reales. Esto resulta en polarización social, socava la autonomía de usuarios, y conlleva riesgos al bienestar humano. Argumento que los efectos de las redes sociales las hace incompatibles con la teoría Kantiana y la Utilitarista, y que por lo tanto se requiere regulación del capitalismo de vigilancia.

Palabras clave: redes sociales, capitalismo de vigilancia, manipulación psicológica, filosofía moral, inteligencia artificial

Abstract: Social networks and the technologies associated with them present challenges that affect societies individually and collectively. Artificial intelligences (AI), associated to the economic system known as surveillance capitalism, process and market millions of users' personal data, deciphering their interests, and predicting what content must be shown to maintain their uninterrupted attention. Prolonged use of social

networking exposes users to psychological manipulation by the promotion of ideas and products of AI owners. Using algorithms, these technologies self-regulate themselves and display content aligned with users' interests, despite AI's inability to discern between fake and real news. This results in social polarization, undermining users' autonomy, and risks to human well-being. I argue that the effects of social networks are incompatible with Kantian and Utilitarian ethical theories, and therefore urge regulation of surveillance capitalism.

Keywords: social networking, surveillance capitalism, psychological manipulation, moral philosophy, artificial intelligence.

El documental titulado *The Social Dilemma* explora la dualidad de uso que presentan las redes sociales, inteligencias artificiales (IA), dispositivos electrónicos y otras tecnologías en el siglo XXI. Desde su inicio, se argumenta que estas tecnologías –entiéndase las redes sociales y el resto de las tecnologías asociadas a ellas– socavan la autonomía de sus usuarios. Entre las razones, se enfatiza la adicción causada por éstas, pues los usuarios adictos a plataformas de redes sociales consumen por largos periodos de tiempo lo que sus dispositivos tecnológicos les muestran. Pero ¿son los usuarios quienes deciden qué contenido consumir a través de sus dispositivos tecnológicos? Tal vez sí, aunque parcialmente no, y es aquí donde recae gran parte del secuestro de la autonomía de los usuarios. Si consideramos que millones de usuarios continuamente consumen algún porcentaje de contenido que no decidieron ver, se puede decir que continuamente tienen pensamientos que no decidieron tener. La exposición a contenido indeseado siembra ideas ajenas en sus subconscientes, con intereses, contenido político y politiquero, y fines ajenos de los usuarios. Estas ideas indeseadas se presentan en forma de propaganda y anuncios constantes, mientras el usuario navega en el *news feed*, mientras ve un video, mientras comparte mensajes con otro usuario, e incluso cuando no utiliza su teléfono, pues anuncios pueden aparecer como notificaciones aun cuando los equipos electrónicos están

en desuso. De esta manera, a usuarios les manipulan sus acciones, comportamientos, hábitos, deseos y percepciones de la realidad. Un ejemplo del socave a la autonomía de los usuarios se observó en el 2016, cuando un ciudadano estadounidense abrió fuego en una pizzería. Según él, convencido de una teoría de conspiración que por casualidad consumió en las redes sociales, Hilary Clinton se encontraba en el sótano de la pizzería participando de un esquema de tráfico sexual infantil, lo cual evidentemente resultó ser una noticia falsa cargada de interés político.

Detrás de la manipulación psicológica facilitada por las redes sociales existe un modelo económico robusto y de gran crecimiento conocido como capitalismo de vigilancia. Este sistema ocasiona efectos negativos en las interacciones del ser humano, desde la escala intrapersonal hasta la sociedad global. El capitalismo de vigilancia es un mercado neoliberal en el que participan empresas de redes sociales, inversionistas, e IA, cuyo fin es incitar a un usuario a consumir un objeto o idea promocionada. Sin embargo, para lograr la promoción de la idea o producto, se trafica la información personal de los usuarios a cambio de dinero pagado por promotores que buscan vender sus objetos o ideas. Esto convierte a los usuarios en consumidores y productos al mismo tiempo, pues los seres detrás de las cuentas, sus convicciones, sueños y metas, quedan en manos de personas con intereses financieros y políticos, y otros fines cuestionables. Aquellos con fines financieros, que buscan exponer su producto y generar más capital, le presentan a los usuarios anuncios con sus visiones y estándares culturales de belleza y progreso. En los usuarios, particularmente en niños y niñas, la exposición a estándares culturales inalcanzables puede causarles trastornos de identidad y valor propio. En su búsqueda de aceptación en la sociedad virtual expandida (la cual no existió hasta hace unas décadas), la aprobación y recompensas culturales se manifiestan en *likes*, *shares*, y *emojis*. Se han valorado estas *reacciones* virtuales como estándares de lo correcto, y como reflejo de lo que usuarios piensan de otros usuarios. Sin embargo, se pierde de vista que las redes sociales a su vez son un reflejo controlado por los promotores que, sin considerar cuan enajenados pueden estar de la realidad no-virtual, favorecen una cultura virtual construida para satisfacer sus intereses, sus ventas y sus objetivos.

La búsqueda de aceptación a través de las redes sociales incrementa el uso de éstas, pues tres *likes* estimulan el cerebro más que dos *likes*, diez más que cinco, y cada contenido que sube el usuario, causa que éste se sienta más aceptado por la cultura virtual. Usuarías niñas que no se sienten aceptadas piensan que son incapaces de cumplir con los estándares de la cultura virtual, lo cual provoca tendencias suicidas. Al comparar el índice de intentos de suicidios de niñas entre el 2001 al 2010 con las del 2011 al 2013, el Centros para el Control y Prevención de Enfermedades (CDC) muestra un crecimiento exponencial en niñas recluidas en hospitales: 62% de aumento en niñas de 15 - 19 años, 181% de aumento en niñas de 10 - 14 años. En general, luego de ajustar los porcentajes con casos (y no intentos) de suicidios, niñas de 15 - 19 años se suicidan un 70% más, y niñas de 10 - 14 años un 151% más (Simon 816). A pesar de que el índice de suicidios no es uniforme entre usuarios de la generación Z, tendencias se pueden extrapolar entre usuarios de su generación. Sus conductas muestran mayor depresión, aislamiento social, infelicidad, inseguridad y fragilidad psicológica. Ser parte de generaciones que nacieron con el mercado capitalista de vigilancia establecido les dificulta imaginar la vida sin los equipos tecnológicos asociados a las redes sociales por lo que tienden a refugiarse en el consumo de más contenido virtual, perdiendo así la capacidad de reflexión y acción ante su vulnerabilidad. Mas allá del efecto negativo en las conductas individuales de los usuarios, las redes sociales deterioran las familias, desarticulan redes de apoyo reales, y afectan la sociedad en mayor escala mediante estrategias innovadoras de propaganda mediática.

La propaganda mediática siempre ha existido, sin embargo, las plataformas virtuales que ofrecen las redes sociales poseen tecnologías que facilitan la propaganda más efectiva vista en la historia. La cantidad de datos almacenados de usuarios es millonaria, por lo que se considera un carpeo digital a escala global. Cada *click*, el tiempo que pasa el usuario en cada página, cada mensaje, cada imagen y toda información producida es almacenada, y junto a ésta, se construyen perfiles que trazan correlaciones entre conductas, intereses, gustos, identidades y planes futuros de los usuarios. Las tecnologías de IA son en mayor medida responsables del paradero de los datos de los usuarios, y cuentan con características maleables para

satisfacer los intereses de quien las crea o de quien las compra. El campo computacional conocido como *machine learning* ha permitido el desarrollo de algoritmos utilizados por las IA, y como el término sugiere, les permite ser capaces de “aprender” las conductas, identificar patrones de uso, y descifrar los intereses de los usuarios. La precisión de estas IA es increíble, a tal punto que poseen herramientas para predecir las tendencias de comportamiento del usuario, identificar su estado de ánimo, y prever sus futuras acciones. Esta característica le permite autorregular el algoritmo y mostrar el tipo de contenido ideal para mantener la atención prolongada del usuario en la red social. Tras el intento de mantener la atención, las IA crean culturas virtuales personalizadas para los gustos de cada usuario, sin importar la veracidad de la información que las construye. Ni las IA ni los usuarios parecen ser capaces de reconocer información falsa. En una sociedad donde las noticias falsas se mueven 6 veces más rápido que los hechos (Vosoughi et al. 1148), el intercambio de desinformación ha debilitado la democracia, pues las IA son capaces construir culturas virtuales personalizadas. Un efecto producido por estas realidades ficticias es la polarización en el espectro social, pues usuarios ubicados en los extremos solamente consumen lo que creen que les interesa, y se exponen muy poco al centro o al otro extremo. A su vez, se genera intolerancia a la diversidad de ideologías, segregación social en tribus, y fragmentación cultural, lo que incrementa la violencia manifestada en protestas. La crítica mayor es que esta polarización ocurre a gran escala entre millones de usuarios, y son quienes tengan mayor influencia política y capacidad financiera quienes deciden con gran precisión a cuál población influir y cuando. De esta manera, pocas personas muy influyentes pueden desestabilizar la sociedad utilizando las redes sociales como herramienta de estrategia política para influir el comportamiento colectivo y calibrar la democracia. En Myanmar, un territorio al Sureste de Asia, la red social *Facebook* funcionó como herramienta opresiva para el régimen militar de turno, quienes hacían propaganda mediática en contra de los musulmanes en ese territorio. De manera muy efectiva, la violencia en contra de musulmanes en esa región ha causado varias masacres, y como consecuencia, la emigración de quienes viven infundidos por el miedo de ser objetos de

violencia. Ejemplos extremos como éste nos presentan el poder de estas tecnologías para influir en las interacciones sociales y la democracia.

El hecho de que las redes sociales socaven la autonomía de los usuarios, y que tengan efectos detrimentales en las interacciones sociales y la democracia, resulta en que sean incompatibles tanto con los principios de la teoría Utilitarista como la Kantiana. Desde la perspectiva de la teoría Kantiana, hacer el bien desinteresadamente es un requisito moral, una regla máxima que deben seguir los seres capaces de razonar. Sin embargo, esta ley es violentada, pues no cabe duda de que la autonomía de los humanos es objetivo de manipulación masiva mediante las redes sociales. Mas allá de manipular sus usuarios, las redes sociales los utilizan como medios para cumplir sus fines propios, los que usualmente son mantener la atención continua del usuario para generar dinero a través de lo que éste consume. Si estos objetivos se convirtieran en la máxima “manipular a las personas para atraer su atención y generar dinero”, no solo violaría la regla de la ley universal, sino que también la de la dignidad humana. Es claro que si la máxima propuesta anteriormente se convirtiera en ley universal nadie confiaría en las personas que compartan consigo tiempo y espacio, pues siempre serían blanco de manipulación, y, por lo tanto, se derrota el objetivo principal de generar dinero. Además, violenta la ley de la dignidad humana, pues el ser humano sería utilizado solamente como un medio para alcanzar el fin de atraer usuarios y producir riquezas. Otra manera en que violenta la dignidad humana es mediante el impedimento del desarrollo de sus talentos y el socave a la autonomía causado por la adicción generada en los usuarios. Por otra parte, desde la perspectiva de la teoría Utilitarista, resulta muy difícil argumentar que el uso de las redes sociales causa la mayor felicidad y el menor sufrimiento en los seres capaces de sentir. Al reflexionar sobre el origen de la propaganda mediática en las redes sociales, se observa que máquinas manipulan a millones de usuarios para el beneficio de pocos promotores. Considerando los efectos negativos que la manipulación puede causar al individuo, a las familias, a las comunidades, y a las sociedades, la acción de generar sufrimiento, desestabilidad emocional y democrática para el beneficio de pocas personas con gran influencia social y poder financiero, no parece cumplir

con el principio de la mayor felicidad. A parte del incumplimiento del mencionado principio, se incumple con el utilitarismo del acto, pues la adicción generada por los usuarios que solamente consumen el contenido mostrado en las redes sociales, no les permite realizar acciones filantrópicas desinteresadas que promuevan la mayor felicidad a la mayor cantidad de personas.

El bienestar del bioma terrestre y de las sociedades está siendo afectado negativamente por las redes sociales, por lo que urge prevenir que el futuro se construya sobre noticias falsas, medias verdades, manipulación mediática, y polarización social. Las IA continúan mejorando la capacidad de predecir e influir en la psicología de los humanos detrás de los usuarios, sin embargo, son incapaces de reconocer las noticias falsas. Es claro que los intereses financieros y poderes políticos detrás de las redes sociales y las tecnologías asociadas a ellas no tienen interés inmediato en hacerlas menos adictivas. Su modelo económico y de calibración democrática depende del crecimiento exponencial de usuarios adictos a sus dispositivos, pues desde ahí son blancos de manipulación psicológica. Habrá quienes justifiquen que la autonomía del usuario no es socavada, pues son ellos quienes deciden adquirir sus equipos tecnológicos, son ellos quienes deciden qué consumir en un mercado capitalista neoliberal, y consecuentemente, el contenido que consumen en sus culturas virtuales. De igual manera, habrá quienes argumenten que la propaganda mediática siempre ha existido y que simplemente ha sido llevada a una plataforma virtual emergente. Sin embargo, es evidente que los usuarios son tratados como productos, medios para un fin, privados de autonomía, y objetos de propaganda realizada por tecnologías sin precedentes, cuya complejidad dificulta su entendimiento, incluso para quienes las diseñaron. Pretender que los intereses financieros privados se autorregulen es una falacia, pues han demostrado que la prioridad es el bienestar de sus intereses, y no el de los ciudadanos detrás de cada cuenta de usuario. Por ende, es necesaria la intervención gubernamental en el capitalismo de vigilancia para implementar distintas estrategias regulatorias. Por ejemplo, colocar impuestos a la cantidad de datos de usuarios traficados por las compañías de redes sociales puede reducir el flujo de datos personales adquiridos por los promotores. Por otra

parte, realinear los incentivos financieros de manera diversa es una opción para prevenir la polarización de los usuarios y fomentar la coexistencia de distintas corrientes ideológicas. Finalmente, promover política pública que salvaguarde la privacidad del usuario, la autonomía de los individuos, y la equidad de oportunidades que encarna la democracia pudiese ocasionar desarrollo de nuevas políticas de privacidad éticas y no invasivas. En el caso de que el Estado continúe invisibilizando el potencial riesgo de las redes sociales y el capitalismo de vigilancia, serán los grupos radicales en ambos lados del espectro quienes, motivados por los espejismos que componen sus culturas virtuales, resultarán violentándose cada vez más, destruyendo consigo las tecnologías asociadas a las redes sociales.

Obras citadas

Simon, Thomas. "Suicide Rates*, for Teens Aged 15–19 Years, by Sex—United States, 1975–2015." *Morbidity and Mortality Weekly Report*, vol. 66, no.30, 2017, 816.

<http://dx.doi.org/10.15585/mmwr.mm6630a6External>

The Social Dilemma. Dirigida por Jeff Orloski, actuación por Tristan Harris, Jeff Seibert, y Bailey Richardson, Exposure Labs, 2020. *Netflix*.

Vosoughi, Soroush, et al. "The spread of true and false news online." *Science*, vol.359, no.6380, 2018, DOI:

10.1126/science.aap9559