

Inteligencia Artificial y campañas. Reflexiones inconclusas

La discusión sobre la proyección de las capacidades de las inteligencias artificiales se está extendiendo a habilidades que supuestamente nos constituían como seres únicos sobre el planeta. La siguiente reflexión pretende proyectar imaginativamente posibilidades y consecuencias en torno a la masificación de estas “máquinas que aprenden” sobre el trabajo profesional en las campañas políticas.



Por Francisco Córdova

Poner en duda la utilidad del acceso a un gran volumen de datos digitales para el análisis del comportamiento electoral es un sinsentido, pues el llamado *big data* ha permitido agudizar los mensajes de campañas (*microtargeting*), como también y a consecuencia, la territorialización focalizada de estas, con una aceleración que hace una década era impensada, y hace tres, era ciencia ficción.

Es importante intentar mirar detrás del brillo enceguecedor que logra el desarrollo tecnológico, para estar preparados para posibles escenarios que evolucionan con mucha mayor rapidez que nuestra capacidad de captarlos en su totalidad

Pero sí me parece con sentido e interesante el abrir algunas reflexiones sobre cuestiones como: la posible tendencia a la mecanización de la política me-

dante el actual desregulado mercado de datos digitales y la constricción de la espontaneidad. Con esto no quiero ser fatalista y menos moralista, aunque la distopía es tentadora. Más bien creo que es importante intentar mirar detrás del brillo enceguecedor que, con todo mérito, logra el desarrollo tecnológico, para con ello estar preparados para posibles escenarios que evolucionan con mucha mayor rapidez que nuestra capacidad de captarlos en su totalidad.

En su libro *La era del capitalismo de la vigilancia*, la doctora y titular emérita de la cátedra Charles Edward Willson de la escuela de negocios de Harvard, Shoshana Zuboff, expone cómo la conducta humana adquiere valor comercial, mediante lo que llama una “desposesión digital”. Esta nueva mercancía y su mercado avanzan sin regulación que las alcance (los por qué merecen ser leídos) e incluso llega a afirmar que genera, emulando a Durkheim, una división del aprendizaje social, es decir, hay quienes saben y tienen el poder económico para generar las IA y con ello cosechar/vender datos para adelantarse y hasta inducir conductas, y hay otros quienes, la mayoría del mundo, hacen de *target*, consumidores y materia prima a



la vez. Esta asimetría de poder sin marco legal, en base al conocimiento, es un factor a considerar en la política, en el diseño y la gramática de las campañas.

“Los hombres son seres condicionados, ya que todas las cosas con las que entran en contacto se convierten de inmediato en una condición de su existencia”

Quiero dejar en claro que una cosa es acceder a gran cantidad de datos y con ello tomar decisiones de campaña, con la ayuda de algoritmos que articulan y simplifican esa información-bits y le dan coherencia práctica, y otra cosa son las máquinas que aprenden solas (*machine learning*), que procesan previamente los datos (en primera instancia según las intenciones del programador o quien le contrata) y nos entregan un producto “sin errores”. El escritor y filósofo francés, Éric Sadin, en su obra *La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical*, nos expone

que estamos en la era de la “posprogramación”, una forma de liberación que “asigna a los sistemas la facultad de crear y de dar marco a la acción ellos mismos a otros sistemas, de acuerdo con una lógica que iniciaría el principio de una distancia, a largo plazo irremediable, que separará a los agentes computacionales de los seres humanos”, lo que aumentaría nuestra dependencia a estas capacidades mientras “sus resortes se nos escapan cada vez más [...] en lugar de despertar temores y espanto por el hecho de su impresionante autoridad, asumen apariencias que, por el contrario, nos vuelven cercanos y devotos [...]”.

Este tecnoliberalismo que desarrollan especialmente las propuestas socialdemócratas, dice Sadin, está imponiendo un nuevo modelo de sociedad, en donde la política (no, lo político) queda como un facilitador intermediario de esta capacidad homeostática que se da entre los deseos individuales y el mercado, mediante los vínculos cibernéticos que responden más a la lógica de satisfacer a un consumidor que a desarrollar transformaciones de fondo en las sociedades, en el sentido de extender y consolidar derechos y libertades. Es lo más cercano a una administración de las cosas que al gobierno de los

hombres, parafraseando a Saint-Simón. Así “los gobiernos digitales” (que seguro serán promesas de campaña, como lo están siendo las *smart cities*, y la automatización de funciones públicas) entraría a una burocracia agenciada por las inteligencias artificiales, y citando a Hannah Arendt, el filósofo francés nos recuerda que “la burocracia es el gobierno de nadie, y por la misma razón quizás sea la forma menos humana y la más cruel forma de poder”.

Quienes nos
interesamos por la
comunicación política
debatimos sobre el
conflicto entre los
intereses “del político”
y los valores y principios
que deseamos
construir

Para ir cerrando estas reflexiones que sin duda son inconclusas, porque operan sobre una proyección imaginativa de nuestra vida en sociedad, me cabe, al igual que Sadin y Zuboff, retomar reflexiones que hizo Hannah Arendt a mediados del siglo XX.



Nos invita a prestarle la atención que merece a la literatura de ciencia ficción, pues es “vehículo y deseos de la masa” y, por lo tanto, las preocupaciones ante la ciborgrización de nuestra especie son asuntos a atender. “Los hombres son seres condicionados, ya que todas las cosas con las que entran en contacto se convierte de inmediato en una condición de su existencia”, nos dice la pensadora alemana en su obra *La Condición Humana* y, por lo tanto, el desarrollo cibernético de la política es un asunto que la afectará tanto en su sentido práctico como sin dudas en su ámbito discursivo.

Las plataformas digitales no son solo vectores, sino también al mismo tiempo recolectoras y promotoras de nuestra conducta

Para Arendt los seres humanos tenemos la capacidad de la natalidad, es decir, que mediante la acción (cuya condición

humana esencial es la pluralidad) podemos comenzar algo nuevo, generar lo inesperado, que rompe con el peso de la estadística y la homogeneización de nuestras conductas, como lo intentan siempre las tiranías. Esta idea de Arendt se contrapone a lo que Sadín sospecha con la IA en política, pues “lo que se quiere aniquilar es nuestra voluntad pertinaz de edificar otros modos de existencia”, y por lo tanto, el devenir del debate político podría darse en una especie de disputa maniqueísta, entre quienes busquen hacer de la tecnología una herramienta para expandir pluralidad (lo que nos hace tanto individuos únicos como iguales en la acción) y con ello asegurar la libertad en democracia, o quienes ven en ella la posibilidad unívoca de extraer ganancias mediante el control de las conductas humanas, sin más.

Quienes nos interesamos por la comunicación política y el asesoramiento, constantemente debatimos sobre el conflicto entre los intereses “del político” y los valores y principios que deseamos construir. La deseada profesionalización de esta área conlleva en el siglo XXI el uso de tecnología cibernética, la llamada tecnopolítica, y entra acá

entonces un tercer actor que es previo a la mediatización del mensaje, pues las plataformas digitales (redes sociales, correos electrónicos, incluso los archivos digitales, entre otros) no son solo vectores, sino también al mismo tiempo recolectoras y promotoras de nuestra conducta, nos advierte Zuboff. Hay ahí un doble movimiento del cual debemos estar conscientes, pues es posible que tanto los candidatos y los partidos, como sus asesores, estemos creyendo que actuamos con libertad y autodeterminación, cuando en realidad hay una estructura tecnológica que mientras nos ofrece sensación de gestión autónoma, nos indica “naturalizadamente”, los márgenes de nuestra realidad. A tener presente entonces que hoy debemos atender y develar los medios e intereses que presenta el Mago de Oz.



Francisco Córdova Echeverría (Chile) es dirigente social y político de la región del Biobío, Chile. De profesión cirujano dentista. Cuenta con un magister en Dirección y Liderazgo para la Gestión en Educación y con un diploma en Filosofía, Sociedad y Cultura. En 2022 se instaló en Argentina para comenzar estudios en las carreras de licenciatura en Ciencias Políticas y licenciatura en Sociología, en la Universidad Nacional de Córdoba.

Tw: @FCordovaE | Ig: @depresivooptimista