

Tipo de artículo: Artículo original

Temática: Soluciones Informáticas

Recibido: 27/03/2020 | Aceptado: 14/05/2020 | Publicado: 02/06/2020

Inteligencia Artificial y Big Data como instrumentos políticos

Artificial Intelligence and Big Data as political instruments

Mario González Arencibia^{1*}, Dagmaris Martínez Cardero²

¹ Departamento de Bioinformática, Facultad de Ciencias y Tecnologías Computacionales, Universidad de las Ciencias Carretera a San Antonio de los Baños Informáticas. Km. 2 ½, Torrens, Boyeros. La Habana, Cuba. marencibia@uci.cu

² Departamento de Informática, Facultad de Ciencias y Tecnologías Computacionales, Universidad de las Ciencias Carretera a San Antonio de los Baños Informáticas. Km. 2 ½, Torrens, Boyeros. La Habana, Cuba. marencibia@uci.cu

* Autor para correspondencia: marencibia@uci.cu

Resumen

El propósito de este artículo consiste en ofrecer un análisis del contenido político de la Inteligencia Artificial y el Big Data. Se examina el tránsito que se ha estado produciendo de la aplicación de estas herramientas del campo del marketing, a la manera de construir la política, lo cual tiene, un alto poder de influencia en la subjetivación de las relaciones sociales que se transforman en medios guiados por la Psicopolítica. Se aplica el método de triangulación a partir de la observación de diferentes criterios sobre el tema. Ello que permite alertar como conclusión central, que el uso de estos instrumentos políticos con concepciones de poder, orientados por la dominación imperial, tiene grandes riesgos sociales para la definición de procesos políticos en cualquier nación del escenario capitalista.

Palabras clave: Inteligencia Artificial, Big Data, Psicopolítica, Ciberpolítica.

Abstract

The purpose of this article is to offer an analysis of the political content of Artificial Intelligence and Big Data. It examines the transit that has been taking place from the application of these tools in the field of marketing, to the way of building politics, with a high power of influence in the subjectivation of social relations, which are transformed into media guided by the Psychopolitics. The triangulation method is applied from the observation of different criteria on the subject. This allows us to alert as a central conclusion that the use of these political instruments with conceptions of power guided by imperial domination, has great social risks for the definition of political processes in any nation on the capitalist stage.

Keywords: Artificial Intelligence, Big Data, Psychopolitics, Cyberpolitics.

Introducción

Uno de los rasgos del debate actual, en el campo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, es la preocupación¹ por el hecho de cómo los avances logrados por el entrelazamiento Inteligencia Artificial (IA) y Big Data, están siendo cada vez más orientados a la búsqueda de espacios políticos, con funciones que denotan la nueva imagen gráfica de la política nacional y mundial. Sutrascendencia, se puede apreciar en la medida en que actores de la geopolítica de diversos países proyectan estas tecnologías, como factor de competitividad que otorga hegemonía, y poder mundial, transformándose en instrumentos que están definiendo el ritmo de la geopolítica mundial (Villani Cedric et al. 2018).

La necesidad de este fenómeno geoestratégico,² es más visible desde la valoración del discurso de líderes reconocidos mundialmente. Por ejemplo, en el 2016 según WIRED (2016), Barack Obama, entonces presidente de EEUU, declara la IA como fuente de poder blando de su país, en el 2017 Vladimir Putin, presidente de Rusia, plantea que quien domine este saber científico, dominará el mundo. Gigova Radina (2017). Y en el 2018, el presidente francés Emmanuel Macron,³ anunció la intención de su gobierno de liderar el escenario de investigaciones de la IA. Hompson Nicholas (2018). Por otro lado, China se ha propuesto estar en el primer puesto mundial en este campo, para el 2030.⁴

En el caso del gobierno norteamericano, según datos de [Webedia Brand Services](#) (2019) está en el primer puesto mundial en la práctica de la IA y Big Data.⁵ Esta administración ha hecho palpable su intención de dirigir la política mundial, desde los objetivos de la “Guerra de Cuarta y Quinta Generación” basadas en la IA. Esto está fundamentado en el uso de plataformas digitales inteligentes para someter a regiones y países, con el propósito de manejar la geopolítica fraguada por los imperativos de la geografía del poder de Estados y corporaciones, a nivel global. Recordemos que el capitalismo emerge para establecer un orden geopolítico, de ahí que las lógicas operacionales de sus mecanismos de funcionamiento sean su necesaria expansión, en constante búsqueda de poder de toda naturaleza. En el Foro de Davos (2012) donde se reunieron representantes de países capitalistas desarrollados, se presentó al Big Data como un hecho que revoluciona el pensamiento por sus posibilidades para el análisis e interpretación de los

¹Torres Soriano, M. (2018), Ardini, Claudia y Nahúm Mirad, H. (2020) y Chen, Wenhong & Quan-Haase, A. (2020).

²Lo geoestratégico comprende una articulación del conocimiento estratégico y geopolítico para la elaboración de políticas que consideren la espacialidad y el poder del Estado en un contexto nacional e internacional. Esto se expresa en un examen geográfico de la política y en el análisis político de la geografía.

³Francia anunció un plan para invertir entre 2019 y 2022 1.500 millones de euros para desarrollar la IA. Bejerano, Pablo. (2018).

⁴<https://blogthinkbig.com/asi-es-el-plan-de-china-para-convertirse-en-lider-de-ia-en-2030>.

⁵El año 2018 el gobierno norteamericano decidió desarrollar el programa AI Next y para ello destinó 2000 millones de dólares al avance de esta tecnología, ante un proceso de confrontación con países como China, Rusia, Francia, España, Reino Unido, que declararon su intención de liderar este campo. Rodríguez, A.G. (2020). El 40% de las empresas de IA a nivel mundial se encuentran en EEUU. [Webedia Brand Services \(2019\)](#) y [Towards Data Science \(2020\)](#). La idea gubernamental es: “America First” (Estados Unidos Primero).

grandes datos que se producen a través de la red. Uno de los informes Big Data, Big Impact,⁶ lo caracteriza como el oro del siglo XXI, por las potencialidades de alcanzar el poder con el empleo de la ciencia de los datos.

Las nociones que transmiten estos mensajes, es que el compromiso político de estas naciones, acontece como tecnocracia política para direccionar la nueva construcción geotecnológica⁷, de la geografía del espacio digital, a partir de la representación de nuevas jerarquías Estatales en el sistema internacional. Esto se desarrolla en un marco, de “absolutismo tecnológico” guiado por el fetichismo, y la falacia, de que aquellos que no manejen la IA y el Big Data en las condiciones actuales, no podrán hacer política.

A partir de las consideraciones planteadas, este artículo tiene como propósito ofrecer un análisis del contenido político de la IA y el Big Data. La importancia del tema, radica en que su comprensión, permite estar alertas de los riesgos políticos de las transformaciones tecnológicas en curso, y así poder, definir espacios de soberanía en medio del conflicto que generan los inapropiados usos de estos saberes.

Materiales y métodos

El análisis se desarrolla desde el paradigma de la investigación cualitativa, basada en la observación y análisis documental, posibilitando desde el enfoque hermenéutico identificar la IA y el Big Data como herramientas de elaboración de constructos políticos, permitiendo explicar, los riesgos asociados a la inapropiada manipulación de estas. Se aplica además el método de triangulación a partir de la observación de diferentes criterios sobre el tema.

Resultados y discusión

Comprendiendo la interrelación Inteligencia Artificial y Big Data

Inteligencia Artificial como entidad tiene su base en un sistema de algoritmos orientados por datos estadísticos que imitan la actividad humana desde el componente cognitivo. Es un área transdisciplinar en la que convergen sinérgicamente las ciencias naturales y sociales, y tiene como propósito la gestión, diseño, creación e implementación de realidades orientadas a solucionar dificultades de la cotidianidad,⁸ teniendo como prototipo o modelo el

⁶The World Economic Forum (2012)

⁷Contexto en que se están produciendo nuevos espacios territoriales de naturaleza digital.

⁸Sirve como motivación de impulso de la IA y Big Data, la manera en que está evolucionando la geopolítica global, expresado en el envejecimiento poblacional que supone cargas financieras para los Estados Nacionales, con la consecuente ralentización de la productividad del trabajo.

comportamiento humano. Cuestión que en su condición de tecnología de doble uso, puede ofrecer no sólo oportunidades y desafíos, sino también, grandes riesgos que fracturan la geografía humana. Kitchin, Rob. 2013.

La materia prima sobre la cual se desarrolla la Inteligencia Artificial son los datos, los cuales, se nutren del progresivo incremento de múltiples fuentes de la sociedad, en lo fundamental de las redes sociales, por lo que la ampliación de su volumen, rapidez, diversidad, autenticidad, exactitud, flexibilidad y adaptabilidad, hacen posible su presencia en la toma de decisiones, poniendo en práctica la conversión del dato, en información y ésta, en conocimiento que producen modos de actuación para transformar la realidad.

Big Data como necesidad objetiva

La articulación de la IA y el crecimiento exponencial de los datos como una necesidad objetiva de esta, ha dado lugar al desarrollo del campo del conocimiento conocido como Big Data, añadiendo valor agregado a los diversos espacios sociales donde se aplican. Entre sus potencialidades está, permitir encontrar patrones que facilitan el pronóstico de comportamientos de procesos de diversa índole, económico, político, ideológico, cultural, ético, psicológico y, en su sentido más amplio social (Aguado, D. 2018)

Por consiguiente, el vínculo de la IA y el Big Data ha facilitado la personalización en tiempo real de comportamientos sociales, viabilizando la concreción de características específicas, que pueden ser manipuladas o no de manera intencionada, todo depende del carácter socio-clasista de quien gobierne esta tecnología.

En correspondencia con Plasencia, L., y Anías, C. (2017), la mejor forma de definir y describir la tecnología Big Data, es a partir de parámetros específicos denominados las V de Big Data. Estas son Volumen (Terabytes, Petabytes, Exabytes), Velocidad (Tiempo real y flujo de datos), Variedad (Base de datos, Videos, sitios web, imágenes, audios, móvil), Veracidad (Autenticidad, Originalidad y Confiabilidad), Valor (Eventos correlacionales, e hipótesis estadísticas), Validez y Visualización. Todo ello convierte al Big Data en un constructo que incluye propiedades de gestión de informaciones masivas creadas en múltiples esferas de la comunicación social. Bogarin, A. (2015).

Otra manera de conceptualizar el Big Data, es que este representa los datos, en todas sus formas, de los cuales surgen los patrones de comportamientos, correspondientes a una huella digital que se produce a raíz de intercambio de acciones en el entorno de la web: cada me gusta que se marca, cada compra que se realiza, página que se visita, contribuye a la toma de decisiones. Flores Vivar, J. M. (2020). En este sentido, el reto ha estado en organizar y darle sentido a estas grandes masas de datos⁹ que se procesan, en busca de hallazgos que generen conocimientos para la comunicación y ejecución de operaciones en contextos de diversa índole.

⁹Provenientes de base de datos, videos, sitios web, imágenes, audios, dispositivos móviles, redes sociales, empresas, sitios de noticias, web logs, la identificación por radiofrecuencia (RFID), los sensores incorporados en dispositivos, la maquinaria, los vehículos, las búsquedas en Internet, computadoras portátiles, teléfonos inteligentes y otros teléfonos móviles, dispositivos GPS y registros de centros de llamadas.

Consecuentemente, la concepción con que se ha liderado la tecnología Big Data, desde la IA ha sido mediante la ejecución de análisis y orientaciones predictivas, para dar respuesta a las exigencias, rápidas y efectivas, según los requerimientos del consumidor moderno. Uno de los avances que se aprecia en este ámbito, es la existencia chatbots conversacionales producidos mediante sistemas de Inteligencia Artificial en interrelación con grandes bases de datos. Antunes, D., y Maia, A. (2018).

Lo anterior ha facilitado el procesamiento del lenguaje humano mediante la triangulación e interpretación de conversaciones de manera artificial, interactuando como una persona real, con la ventaja de estar disponibles las 24 horas del día, para solucionar preocupaciones, hacer encargos y recomendaciones útiles que facilitan la toma de decisiones. Chen, D. et, al, (2015). Las cuales pueden emplearse de manera objetiva o intencionada, en dependencia de quien construye el conocimiento.

El efecto es que el Big Data, constituye una novedosa forma de gestión del dato y el conocimiento que posibilita un alto grado de socialización de sus interrelaciones, al generar pensamiento abstracto que permite “aprender a aprender de los datos”. Kuonen, D. (2018). Esto se concreta en la potencialidad de producir análisis detallados, correlacionados, eficientes, eficaces, a gran escala y a bajo costo, contribuyendo a una organización favorable o no de la sociedad y eliminando las causalidades. Elizondo Martínez, Jesús Octavio (2019). Ello implica una transformación revolucionaria del pensamiento, en relación a la concepción, organización y estructuración del dato, la información y el conocimiento, teniendo una incidencia positiva o negativa sobre la gestión de la economía, la política, sus gobiernos y ciudadanos y mercados.

Instrumento psicopolítico

De lo planteado, se deriva que el Big Data tiene un impacto significativo en el logro de proporcionar nuevos servicios, procesar y almacenar grandes volúmenes de datos en menor tiempo. Todo ello adaptado a las necesidades de gobiernos, instituciones, organizaciones e individuos. Por otra parte, se deduce el alto poder de subjetivación digital que se obtiene con la interacción de estas tecnologías, conformándose un escenario político ceñido por el factor psicológico, que desafía las nociones de autodeterminación e individualidad.

Otro de los beneficios es que en esta red de interrelaciones Big Data-IA y Sociedad, se concibe el mundo como información, mediante algoritmos informáticos, que facilitan una comprensión diferente de la relación cultura-tecnología, al desarrollarse masivamente las posibilidades de la subjetivación digital. Por lo tanto, mediante estos instrumentos se organizan y construyen espacios nacionales e internacionales, que ofrecen nuevos servicios y bienes culturales que proceden como un potente dispositivo psicopolítico, en la definición de novedosas formas de

comportamiento de los agentes sociales que interactúan en este entorno, bajo múltiples formas de intencionalidad guiadas por quien gobierna el desarrollo tecnológico.

En este sentido Han, Byung-Chul, (2014:37-38) en su libro “Psicopolítica” plantea tres ideas que son relevantes:

- Primero, define el Big Data como: Un instrumento psicopolítico eficaz y eficiente que permite la obtención de un conocimiento integral de la manera en que se establecen las relaciones sociales en el entramado mediático de la cibernética, viabilizando la búsqueda y análisis de grandes datos para generar tendencias y perfiles a nivel de país, de carácter regional e incluso mundial.¹⁰
- Segundo, sostiene además, que la posibilidad de gestionar el conocimiento con este medio, facilita, posibilita y amplía la intervención sobre la psique condicionándola en un nivel prereflexivo, es decir, que se anticipe a la reflexión. Ello indudablemente, tiene implícito el riesgo de convertir este instrumento en un factor de manipulación de social, con las consecuencias que tiene este hecho en el escenario capitalista.
- Tercero, plantea la visión de lo que se puede lograr con el empleo del Big Data, situando como ejemplo la posibilidad de captar y pronosticar el comportamiento grupal.

Esto último, ayuda a la elaboración de un psicoprograma individual y colectivo, para maniobrar con el inconsciente de las personas. Núñez, J. (2006). Con ello, Han, Byung-Chul, (2014:37-38), identifica esta experiencia como el “Caballo de Troya” que ha viabilizado el retorno de prácticas terroristas, fraudulentas, racistas, autoritarias, xenófagas y violentas. Y aún más riesgosas, como ejercer el poder y gobernar desde esa visión con el apoyo de amplios sectores sociales de la población.¹¹

Parcialmente, se podrían acotar tres apreciaciones: **Primero**, el uso de las redes sociales, es un nuevo modelo geopolítico en donde la Big Data, asume en su variante Psicopolítica, la función de un gran vigilante¹² de todo tipo de comportamiento humano a nivel mundial.

Segundo, con esta práctica se consigue identificar y segmentar, el estado de ánimo, exigencias, calidad y cantidad de opiniones sobre cualquier tema. Ello se adquiere a partir de las plataformas digitales, identificando desde el espacio de

¹⁰Un ejemplo espeluznante de lo que acontece en la red y de las potencialidades de la Inteligencia Artificial es como Microsoft en el 2016, abre una cuenta de Twitter a una de sus IA, para experimentar su nivel de aprendizaje en la interacción con personas. Apenas transcurrieron veinticuatro cerraron la misma, debido a que, con la influencia negativa de los usuarios, la IA conectada, asumió los sesgos de estos asumiendo un comportamiento homófobo, machista, racista y antisemita, aprendiendo de lo que había experimentado en la red social. Twitter (2016).

¹¹Interprétese en este sentido los casos de EEUU, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y lamentablemente el Gobierno de facto de Bolivia como ejemplos negativos en esta dirección. El resultado de esto es que, con estas prácticas de gobiernos y Estados, grandes poblaciones del planeta son sometidas a un riguroso biopoder, basado en el miedo y la obediencia, mediante la proliferación acelerada e indiscriminada de la intervención militar, policial y el control mediático, con operaciones que afectan la estabilidad política de estas regiones. Rivas Herrera, P. (2019).

¹²La Web 1 se empleó para las personas, la Web 2.0 como observador de sucesos y la Web 3.0 para el gran control digital, penetrando en los recuerdos de las personas, en sus emociones, logros, nacimientos y muertes.

la conversación digital, el pensamiento de cada usuario en la red, sus preferencias políticas,¹³ emociones, niveles de lealtad y vulnerabilidades e incluso aparecen nuevas maneras de generar política e ideología de manera persuasiva sobre estos consumidores de información.

Tercero, aplicando técnicas de las ciencias del comportamiento humano como la psicología, esta red de redes virtuales aporta información a sus creadores, quienes se auto-otorgan el derecho de administrarla según sus intereses políticos e ideológicos.

El efecto es que esta tecnología ligada a la IA, tiene como objeto interactuar de manera persuasiva sobre la individualización de las relaciones sociales, produciendo como efecto la psicologización política de la sociedad en su conjunto. Morales Muñoz, K., et al, (2020). Este fenómeno caracteriza, representa y pasa a determinar con gran impulso, la nueva dinámica del capitalismo, orientada a la producción de subjetividades dominadas por los principales centros de poder mundial.

Un detalle notorio, es que con el empleo de la IA y Big Data se pueden construir realidades para conducir y manipular el mundo físico y sus interacciones sociales, controlando y distorsionando procesos de cualquier índole, lo cual puede llegar, a dominar, influenciar y modelar el comportamiento del cerebro humano desde el mundo digital, empleando la ciencia con interferencia de los valores. Alves, M. (2020). Con ello se producen espacialidades que remiten a la caracterización de concepciones, creencias, significados simbólicos, que conducen a la estructuración y segmentación del espacio, para implantar normas de regulación del comportamiento social.

Unos de los grandes impactos de estos instrumentos psicopolíticos, es que las construcciones mentales que se practican con su ejecución se manipulan para dar forma a un nuevo tipo de poder económico, político, ideológico e incluso cultural, por parte de mega proveedores transnacionales que controlan redes de usuarios a nivel mundial en constante crecimiento. Esto es posible por el hecho de que tener el monopolio de las ideas y de los datos, ofrece la posibilidad de controlar toda la industria y a sus seguidores. Felt, M. (2016).

Se deduce que estos artefactos tienen una naturaleza expansiva, que los dota de poder en cualquier parte del globo terráqueo, de lo que se deriva su profundo carácter geopolítico. Están concentrados en unas pocas y grandes empresas transnacionales, y estas asumen la función de ofrecer información mercantilizada a empresas y consultoras internacionales. Con ello queda visible y cuestionada la imagen de que estos mecanismos están al alcance de todos los países: Estados Nacionales, organizaciones sociales y políticas y ciudadanos. Con lo que se consigue distinguir el carácter elitista de estas tecnologías, cuestión que determina su carácter antidemocrático y geopolítico.

¹³Existe el software Georreferencia Electoral: La Herramienta Secreta de la Derecha Financiada por el Estado que con el RUT: Registro Único Tributario permite identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades haciendo un perfil de las mismas. Red Digital (2018).

Epistemología del uso político del Big Data

Una manifestación de lo anterior es como en el año 2012, se publica el libro del académico Sasha Issenberg, con el título: “*The Victory Lab: the Secret Science of Winning Campaigns*”, traducido al español como la nueva y “secreta” ciencia para ganar elecciones, donde se propone la epistemología para hacer política con el uso del Big Data. El periódico online Politico.com conceptualizó el libro de Issenberg como “Money ball for politics”, término que tiene como contenido una propuesta de estrategias para construir competencias políticas en equipos con bajos recursos, maximizando las capacidades de sus integrantes y las acciones políticas que desarrollen, manejando la estadística como arma secreta. Elías, C. (2015).

De esta manera se aplica la epistemología del Big Data, consistente en un sistema de conocimientos, métodos, principios y formas de organización de los procesos estadísticos para construir política. La que se define desde los centros de poder, con la presencia de las ciencias sociales, matemáticos, estadísticos e ingenieros, con la finalidad de beneficiarse de la capacidad predictiva de estos científicos para interpretar los datos y extraer conclusiones de ellos.

Para el caso de su aplicación en sistemas electorales como el de Obama, el reclutamiento de los votantes se realiza en la Web, para captar sus datos y emplearlo de manera oportuna. El propósito consiste en proyectar un desarrollo tecnológico que estimule al potencial de votantes a involucrarse con el posible candidato. Para ello se construye un perfil que permite identificar sus pensamientos, preferencias, proyectos de vida, decisiones, emociones y situación laboral, información que se consigue en las redes sociales.

Así, desde la minería de datos, se descubren los líderes de opinión en las redes sociales y su nivel de influencia, con lo que se asumen decisiones para llegar hasta ellos y realizar una labor de persuasión interactiva que permita direccionar sus criterios a favor del candidato al que responden los dueños de los medios.

Los datos obtenidos se emplean de diversas maneras: envío de mensajes personalizados, construcción de propagandas políticas y anuncios personalizados que se transmiten por la vía de la televisión satelital. Por otra parte, con el Big Data se puede medir la capacidad de respuesta de los votantes en relación a los mensajes que recibe, segmentado por horarios y los psicoprogramas que se proponen.

La idea central de todo el proceso epistemológico descrito es: Estimular para que los ciudadanos: a) Voten en las elecciones, b) Seleccionen a un candidato según la preferencia de las élites políticas y c) Lo apoyen económicamente. Cuya finalidad es propiciar el compromiso político con el proceso que se esté desarrollando. Elías, C. (2015).

Ciberpolítica como instrumento de dominación

Consecuentemente con el examen realizado, se puede concluir, que la ciberpolítica del Big Data se desarrolla asociada a la Psicopolítica, como procedimiento para el desarrollo de la geopolítica en el entorno digital, en un ambiente de

permanente producción de ideas que generan una interpretación de lo que está aconteciendo, entre los ciudadanos y el gobierno, entre órganos legislativos y empresas y entre las personas de un país y las del mundo, en lo cual se incluye también, las relaciones de partidos políticos con la sociedad en su conjunto.

Se aplica la geopolítica, a este ecosistema de la ciberpolítica, como una categoría que sirve para comprender las complejidades del nuevo escenario de rivalidades, donde la concepción de subjetividad es desarrollar guerras de dominación mental para descomponer el orden social establecido y reconfigurar un espacio cibernético diferente, conducente a romper con lealtades, identidades, culturas, símbolos y creencias.

En este ámbito los rivales del Estado nación, no necesariamente son representantes del Estado, y no tienen una localización geográficamente preestablecida, imponiendo sus reglas, no existe código de ética, ni canales políticos para establecerla; predominan disvalores como: manipulación, conflicto, egoísmo y traición. Mediante los cuales, el mundo del ciberespacio se organiza psico-políticamente como campo de batalla por obtener supremacía, siendo este lugar la otra frontera del control de las naciones a nivel global.

La lucha es por el dominio de los recursos estratégicos asociados a los grandes datos para lograr el control mental, 8 de las 10 compañías que mejor se cotización en la bolsa de valores a nivel mundial son de tecnología digital. Las empresas más valiosas del mundo (2020). Estas cifras expresan la importancia de los datos en el contexto actual.

La consecuencia es que se está asistiendo a un contexto con novedosas herramientas para fortalecer la geopolítica que se reconfigura a través de la planetarización política y geotecnológica¹⁴ del espacio digital, lo cual está modificando el juego político y sus resultados a nivel mundial, bajo el predominio del gobierno mega transnacional. Por consiguiente, el interés por este nuevo escenario tecnológico no es sólo por su efecto positivo en la generación de valor agregado, sino por las potencialidades que posee para transformar la ciencia en fuente de poder.

Lo anterior sucede en un contexto geopolítico, que, en el entorno digital, está siendo liderado principalmente por empresas transnacionales norteamericanas, quienes dominan el sector de las TIC. En el 2013 solo había tres empresas tecnológicas entre las diez más grandes del mundo, en el 2019 llegan a siete. Empresas más grandes del mundo (2019). Por lo que la realidad actual, está evidenciando maniobras de poder e influencia política que se articulan con las nuevas tecnologías, desde el escenario digital, con el propósito de desviar sistemas políticos y procesos electorarios a favor del imperio transnacional predominante. Flores Vivar, J. M. (2020).

Obsérvense los casos del propio contexto norteamericano, con la manipulación de las elecciones presidenciales del 2016, el reciente golpe de Estado en Bolivia, y el entramado político e ideológico derivado de calumnias mediáticas del gobierno norteamericano cuestionando la legalidad de sistemas políticos en América Latina y el Caribe: en Cuba,

¹⁴Contexto en que se están produciendo nuevos espacios territoriales de naturaleza digital.

Venezuela, Nicaragua, Argentina, Brasil, Ecuador, y Chile. De esta manera, se observa una progresiva participación del sector de las tecnologías de la información en la comunicación política, con una tendencia a su empleo, anclado en las características negativas de estas. Ello ha estado colocando en riesgo sistemas políticos de diversas naciones. Sierra-Iso, A. (2020).

La vulnerabilidad de este espacio, está en la emergencia del empleo de medios digitales en función de un intercambio político, que concede mayor libertad a los políticos en el marco de su vínculo con la audiencia pública, haciendo crecer su credibilidad e imagen independientemente de su veracidad. Aspecto que ha sido potenciado, orientado y aprovechado por los intereses de la hegemonía del gran capital.

La consecuencia ha sido la subordinación de los políticos a los espacios de los medios digitales, en un marco en que han estado proliferando desórdenes informativos que conducen a un acelerado proceso de desideologización, fragmentación, y despolitización de las masas populares. Del-Fresno-García, M. (2019) y Averkin, Alexey N. et, al, (2019).

El impacto de esto, es que la manera en que se gestiona el mercado con estas herramientas sociales, se traslada al campo socio-político e ideológico. Arknada, K. (2019). La limitación fundamental, es que pasan a ser instrumentos de dominación mental de las más diversas poblaciones del mundo, que no distingue entre países desarrollados y subdesarrollados, teniendo como eje los intereses de las grandes megas corporaciones transnacionales que tienen la supremacía del entorno digital, con las consecuencias explícitas e implícitas de este hecho.

Con esto, están en marcha instrumentos que perfeccionan la lógica de acumulación del capital, ahora basada, en la vigilancia, la predicción y manipulación del comportamiento social, convirtiéndose la información en un insumo esencial para garantizar el poder y la ley que rige el movimiento de la sociedad moderna en las condiciones del capitalismo: La ley de la plusvalía. Consecuentemente, el capitalismo de la manipulación y la vigilancia del comportamiento, abre espacio a un riguroso control social.

Este proceso es impulsado -según Girardo, Enzo (2018)- por un imperialismo infraestructural, en que predomina la vigilancia social en todas partes del mundo. Mediante el empleo de este, las corporaciones transnacionales amplían su poder y concepción global, localizando los cambios necesarios a promover, sobre las conductas psicosociales.

Desde el enfoque psicosocial, esto consiste en el manejo de la ideología y los dispositivos socio-culturales apoyados con las herramientas de la comunicación social. Desde esta mirada, las ideas pueden utilizarse con un valor positivo o negativo según la naturaleza socio-clasista de sus analistas y, la estrategia consiste en destruir las concepciones que no son de su agrado e impulsar, reforzar y apoyar aquellas que cumplan con sus expectativas.

El debate planteado, está dejando ver la nitidez de la orientación política con que se proyecta a la Inteligencia Artificial y al Big Data, así como los riesgos que están asociados a su alto grado de privatización, al estar dominadas por unas pocas transnacionales, que están definiendo su sentido político desde la acción imperial.

Se deduce de lo planteado, la importancia de concebir políticas de uso del Big Data con un pensamiento encaminado a la soberanía tecnológica, para evitar los riesgos de poder que están asociados a estos desarrollos tecnológicos.

Estas tecnologías aportan grandes luces a nivel social, sobre todo cuando se cuenta con recursos propios para desarrollarlas, pero en un entorno político dominado por propósitos injerencistas, los resultados han sido catastróficos, lo que se aprecia en las crecientes revueltas sociales ocurridas en la región en lo que aconteció del año 2019 y los anteriores.

Los desenvolvimientos tecnológicos asociados a la IA y Big Data, incluyen el trabajo con las redes neuronales, Machine y Deep Learning, tienen la capacidad de reconfigurar la vida cultural, económica, política e ideológica e incluso militar, lo que requiere poner la mirada en su desarrollo.

Conclusiones

La comprensión de la interrelación ética, política y Big data, está mostrando la importancia de entender y aumentar la conciencia de los sesgos y limitaciones inherentes al análisis y las prácticas que limitan a la sociedad global. El hecho es que estas herramientas de la geopolítica están alterando el vínculo entre la política y la realidad, haciendo que estas respondan a propósitos interesados en tergiversarla.

Los nuevos procedimientos de sumisión del capitalismo están basados en la acción sobre la psique humana, creando un sistema de poder y de dominación mental de los individuos, quienes se someten por sí mismo a este, con su participación en el escenario digital. Este mecanismo actúa sobre el inconsciente del individuo, mediante la subjetividad digital, la cual viene acompañada de la eficacia del psicopoder o control mental diseñado a través de la participación de organizaciones e individuos en las redes virtuales. A partir de este poder inteligente se identifican las conductas del inconsciente individual y colectivo de regiones, países y a nivel planetario. El corolario de esta dinámica se expresa en la psicopolítica que se complementa con las herramientas de la IA y el Big Data.

El hecho es que la psicopolítica es una forma sutil de explotación a través de la cual, se reproduce el sistema social imperante, teniendo como motor impulsor la vigilancia capitalista y el dominio psicológico de las emociones, con el uso de las TIC. Con lo que se sustituye el consumo de bienes materiales, por emociones que se transforman en un mecanismo de control social en el entorno físico y digital.

Referencias

- Aguado, D. (2018). Analítica de recursos humanos: Explorando oportunidades a partir del Big Data y la práctica del Human Resources Analytics. *Revista Vasca de Gestión de Personas y Organizaciones Públicas*, (14), 36-51. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6493360>.
- Alves, M. (2020). The Natural Fallacy in a Post-Truth era. A perspective on the natural sciences' permeability to values. *EMBO Rep.* 2020 Feb 5; 21(2): e49859. Science & Society, Science & Society. Recuperado de: <https://doi.org/10.15252/embr.201949859>.
- Antunes, D., y Maia, A. (2018). Big Data, ubiquitous exploitation, and targeted advertising: new facets of the cultural industry. *Psicologia USP*, 29(2), 89-199. Recuperado de: http://www.scielo.br/pdf/pusp/v29n2/en_1678-5177-29-02-189.pdf.
- Ardini, Claudia y Nahúm Mirad, H. (2020). El uso del big data en política o la política del big data. *Comunicación y Hombre*. Número 16. Año 2020. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. ISSN: 1885-365X.
- Arknada, K. (2019). Comunicación y política en tiempos de Big Data. *Cubadebate*. Recuperado de: <http://www.cubadebate.cu/autor/katu-arkonada/>.
- Averkin, Alexey N. Et, al, (2019). Darya Yu. Bazarkinab, and Konstantin A. Pantserevc, and Evgeny N. Pashentsevd. Artificial Intelligence in the Context of Psychological Security: Theoretical and Practical Implications. th Conference of the European Society for Fuzzy Logic and Technology (EUSFLAT 2019). *Atlantis Studies in Uncertainty Modelling*, volume 1.
- Bejerano, Pablo. (2018). La inteligencia artificial, ingrediente de la geopolítica. Recuperado de: <https://blogthinkbig.com/inversion-francia-ia>.
- Bogarin, A., et al, (2015). Aplicando minería de datos para descubrir rutas de aprendizaje frecuentes en Moodle. *EDMETIC*, 5(1), 73-92. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5521471.pdf>.
- Chen, D. et, al, (2015). How the use of big data analytics affects value creation in supply chain management. *Journal of Management Information Systems*, 32(4), 4-39. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/07421222.2015.1138364>.
- Chen, Wenhong y Quan-Haase, A. (2020). Big Data Ethics and Politics. *Special Issue of Social Science Computer Review (SSCR)*. SSCR Volume 38, No. 1. February, 2020 (printversion).
- Del-Fresno-García, M.(2019). “Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad”. *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280302. Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>.

- Elías, C. (2015). Del Social Data al Big Data: evolución de la comunicación política y las campañas electorales en la Era Digital. Universidad Carlos III de Madrid. La pantalla insomne. ISBN-13: 978-84-15698-98-2 / D.L.: TF-719-2015/. Recuperado de: DOI: 10.4185/cac90.
- Elizondo Martínez, Jesús Octavio (2019). Monopolios del conocimiento, big data y conocimiento abierto. Cuidado de la edición José Axel García Ancira Astudillo. – Ciudad de México : UAM, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño,
- Empresas más grandes del mundo (2019). Según su [capitalización bursátil](#) en bolsa (lo que costaría comprarlas). 21 febrero, 2019. Recuperado de: <file:///F:/best%20global%20digital%20world%20places/Empresas%20m%C3%A1s%20grandes%20del%20mundo%202019%20%20%20Economipedia.htm>.
- Felt, M. (2016). Social media and the social sciences: How researchers employ Big Data analytics. *Big Data & Society*, 3(1). Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.1177/2053951716645828>.
- Flores Vivar, J. M. (2020). Datos masivos, algoritmización y nuevos medios frente a desinformación y fake news. Bots para minimizar el impacto en las organizaciones. *Comunicación y Hombre*. Número 16. Año 2020, Universidad Complutense de Madrid. ISSN: 1885-365X.
- Flores Vivar, J. M. (2020). Datos masivos, algoritmización y nuevos medios frente a desinformación y fake news. Bots para minimizar el impacto en las organizaciones. *Comunicación y Hombre*. Número 16. Año 2020, Universidad Complutense de Madrid. ISSN: 1885-365X.
- GigovaRadina (2017). Who Vladimir Putin thinks will rule the World. CNN (2/9/2017). Recuperado de: <https://edition.cnn.com/2017/09/01/world/putin-artificial-intelligence-will-rule-world/index.html>.
- Girardo, Enzo (2018). Geopolítica de la Inteligencia Artificial. Capitalismo de vigilancia, democracias algorítmicas y un horizonte de Estados tecno-colonizados. *CUADERNOS DEL CEL*, 2018, Vol. III, N° 5 Págs. 8-16. ISSN: 2469-150X.
- Han, Byung-Chul (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- Hompson Nicholas (2018). Emmanuel Macron Talks to WIRED About France's AI Strategy», *Wired*, (31/3/2018). Recuperado de: <https://www.wired.com/story/emmanuel-macron-talks-to-wired-about-frances-ai-strategy/>.
- Kitchin, Rob. 2013. “Big data and human geography: Opportunities, challenges and risks”. En *Dialogues in Human Geography* 3 (3): 262-267. Recuperado de: <http://dhg.sagepub.com/content/3/3/262.full.pdf+html>.

- Kuonen, D. (2018). Del (Big) Data a "aprender del dato". Recuperado de: <http://demosdesoftware.com/videos/3232/tibco/del-big-data-a-aprender-del-dato-por-el-guru-diego-kuonen/big-data-tibco>.
- Las empresas más valiosas del mundo (2020). Recuperado de: <https://es.fxssi.com/cuales-son-las-acciones-mas-caras-del-mundo>.
- Morales Muñoz, K., et al, (2020). Precarización de plataformas: El caso de los repartidores a domicilio en España. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-12. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1680>.
- Núñez, J. (2006). El inconsciente desde el punto de vista cognitivo. *Revista Internacional de Psicoanálisis en Internet. Revista de Psicoanálisis aperturas psicoanalíticas* ISSN 1699-4825 - Diego de León, 44, 3 izq - Madrid 28006-España.
- Plasencia, L., y Anías, C. (2017). Arquitectura referencial de Big Data para la gestión de las telecomunicaciones. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(4), 566-577. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n4/0718-3305-ingeniare-25-04-00566.pdf>.
- Red Digital (2018). Big Data y Georreferencia Electoral: La Herramienta Secreta de la Derecha Financiada por el Estado. Recuperado de: <https://reddigital.cl/author/fherrerros/>.
- Rivas Herrera, P. (2019). La geopolítica: paradojas y anomalías. *Estado & comunes, revista de políticas y problemas públicos*. N.º 9, vol. 2, julio-diciembre 2019, © Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN). Quito-Ecuador. ISSN impreso: 1390-8081 - ISSN electrónico: 2477-9245.
- Rodríguez, A.G. (2020). La inteligencia artificial, ¿la ventaja geopolítica definitiva? *Orden Mundial*. Recuperado de: <https://elordenmundial.com/author/andrea-g-rodriguez/>.
- Sierra-Iso, A. (2020). Comunicación política y medios sociales: análisis del estado de la cuestión de 2008 a 2018. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 11(1), 245-260. Recuperado de: <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.21>.
- The World Economic Forum (2012). Big Data, Big Impact: New Possibilities for International Development. Recuperado de: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TC_MFS_BigDataBigImpact_Briefing_2012.pdf.
- Torres Soriano, M. (2018). Operaciones de influencia e inteligencia artificial: una visión prospectiva. Documento de Opinión. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Towards Data Science (2020). The Global Artificial Intelligence Indexes 2018–2019. An Overview of Different Indexes Measuring AI around the world.

[Twitter](#) (2016). Microsoft abre cuenta en twitter a patrón de Inteligencia Artificial. Recuperado de:
https://twitter.com/geraldmellor/status/712880710328139776?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetemb ed%7Ctwterm%5E712880710328139776&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.theverge.com%2F2016%2F3%2F24%2F11297050%2Ftay-microsoft-chatbot-racist.

Villani Cedric et al. (2018). For a Meaningful Artificial Intelligence. Towards a French and European Strategy», Mission assigned by the Prime Minister Édouard Philippe. Disponible en:
https://www.aiforhumanity.fr/pdfs/MissionVillani_Report_ENG-VF.pdf.

[Webedia Brand Services](#) (2019). La geopolítica de la IA: estos son los países más activos en inteligencia artificial. Recuperado de: <https://iahuawei.xataka.com/author/maria/>.

WIRED (2016). The President in Conversation With MIT's Joi Ito and WIRED's Scott Dadich, Wired (24/8/2016), Recuperado de: <https://www.wired.com/2016/10/president-obama-mit-joi-ito-interview/>.