



Tecnología digital, inteligencia artificial y condición humana.

Ensayo Académico

Trabajo Final de Grado

Estudiante: Cecilia Pérez Olivera

Tutor: Prof. Agdo. Dr. Gabriel Eira Charquero

Revisora: Prof. Adj. Mónica Lladó Olivera

Facultad de Psicología, Universidad de la República

Montevideo, Uruguay

Octubre 2024

Índice

I. Introducción.....	3
II. Desarrollo.....	6
1. El impacto de la tecnología digital sobre la subjetividad en la era de la IA.....	6
1.1 La tecnología como dispositivo de poder.....	6
1.2 La tecnologías digitales como constructoras de subjetividad.....	7
1.3 Rompiendo linealidades.....	9
1.4 La inteligencia artificial y su alcance.....	10
2. Problematicaciones sobre la industria tecnológica y sus efectos.....	11
2.1 La industria tecnológica y sus intereses.....	11
2.2 Clave en la estrategia, su desarrollo y rápida adaptabilidad a la vida humana.....	13
2.3 Posibles efectos del uso de de la IA sobre las facultades cognitivas.....	14
2.4 El imperio de la imagen.....	15
3. Resultados de la influencia tecnológica.....	17
3.1 Manipulación del deseo e incitación al consumo.....	17
3.2 Influencia y manipulación de la opinión pública.....	18
3.3 Alteración cognitiva y emergencia de nuevas generaciones.....	20
3.4 El uso de Chat GPT y sus posibles consecuencias cognitivas.....	21
3.5 Riesgos de la automatización por el exceso de confianza.....	22
III. Conclusiones.....	24
IV. Referencias Bibliográficas.....	26

I. Introducción

La nueva tecnología empezaba a incidir en todos los aspectos de la vida humana y con ella a transformar radicalmente no sólo esos aspectos, sino algo mucho más delicado y profundo: la subjetividad humana (...). Todo empezó a cambiar tan rápidamente que no dio tiempo ni espacio para asimilar esos cambios (Constante y Chaverri, 2020, p.10 y 11).

En este ensayo, se intenta responder cómo las tecnologías digitales afectan la vida de los seres humanos. Se intenta problematizar lo que muchos autores han estado investigando y aportando sobre la materia, y dialogar junto a ellos en una producción reflexiva sobre el tema. Se pondrá énfasis en los intereses de las empresas corporativas, ya que nada de lo que sucede escapa a las lógicas capitalistas, y se expondrán algunas de las repercusiones que el uso de las tecnologías emergentes puede ocasionar a las personas. Pero, por sobre todo, es una invitación a la reflexión para fomentar un uso prudente y seguro de Internet, conociendo sus oportunidades, beneficios y riesgos a través de hábitos responsables.

Para comenzar resulta importante desarrollar una idea que se considera fundamental, y es que las tecnologías digitales en especial el uso de la inteligencia artificial, son herramientas que pueden potenciar las facultades biológicas y, con ello, las habilidades humanas, logrando trascender algunos límites de la cognición. Sin embargo, también puede ocurrir lo contrario si no se utilizan de forma reflexiva, ya que poseen la capacidad de atrofiar dichas facultades cuando la persona no emplea los medios biológicos cognitivos y sensoriales para adquirir experiencia y ejercer la autonomía en la toma de decisiones, prefiriendo hacer uso de sistemas, y sustituyendo así, lo analógico por lo digital.

La tecnología digital ha evolucionado al punto de convertirse en una especie de “asistencialismo automatizado” (Sadin, 2021, p.54) para la persona. Está presente en diferentes aspectos de la vida cotidiana con facultad predictiva y facilitadora en la toma de decisiones pero a la vez, alterando las facultades humanas naturales y con ello la estimulación neuronal (Carr, 2014). La inteligencia artificial (en adelante IA) atraviesa al pensamiento crítico, pretendería sustituir las formas de racionalidad y alterar la condición humana de sentir (Benasqyag y Pennisi, 2023). Está sucediendo una revolución digital que está cambiando el mundo (Vivas, 2023), de manera sistemática el humano pasa de una vida con una realidad analógica a otra de tipo digital, por lo que es posible decir que “(...) la vida humana es el objeto de la mayor obra de

ingeniería de la historia de la humanidad: la digitalización de la realidad” (Suárez, 2023, p.22).

Los cambios, en especial los de tipo cognitivos, no solo se deben a la pérdida de autonomía en la toma de decisiones y lo que esto conlleva, sino también a que las máquinas y el cerebro funcionan a dos velocidades diferentes debido a su constitución. Como consecuencia, el sistema biológico puede sobrecargarse con facilidad por el exceso de información y estímulos resultantes del uso de tecnologías emergentes e interactivas.

Además, este universo digital lleva a que la máquina adquiera el lugar del otro, donde las nuevas generaciones aprenden más de una máquina que de otro ser humano (Berardi, 2016). El uso e incorporación de la IA en el quehacer diario cambia el modo y los medios de comunicación, la forma de percibir el mundo, de cómo vincularse, así como la relación con el tiempo y el espacio (Benasayag y Pennisi, 2023). Afecta los niveles de cohesión y el sentido de pertenencia a la comunidad a través del debilitamiento de las tradiciones culturales. La cultura digital tiende a individualizar lo que antes era colectivo. Habitar los espacios comunes, como las plazas y las actividades al aire libre, es sustituido por ambientes cerrados y conectados a una realidad virtual.

Otro aspecto a problematizar es cómo las tecnologías incrementan el consumo y fomentan la explotación del yo (Suárez, 2023). Según agrega Fabela (2022), a través de las plataformas digitales que ofrecen los servicios de redes sociales, está la necesidad de renovarse permanentemente para ser parte de un estereotipo y pertenecer a la cibercultura.

Las diferentes aplicaciones digitales están ocasionando cambios en las personas, indirecta pero intencionadamente y en diferentes planos. A nivel económico y mercantil, no solo afecta el conocimiento de la identidad e intimidad del usuario, sino también la manera cómo las empresas dueñas de los softwares gestionan los datos obtenidos. Algunos de los datos relevantes son: ubicación geográfica, género, gustos y preferencias, tipo de amistades, forma de comunicarse, intereses, orientación política y orientación sexual, entre otros. Información que en muchas ocasiones, termina siendo comercializada sin que la persona esté al tanto de cómo se está utilizando su información personal. Esto abre la posibilidad de cuestionar la posible violación de derechos civiles, como el derecho a la privacidad e intimidad.

En adición a la posible mercantilización de la información personal de los usuarios, cada plataforma digital que ofrece servicios de red social programa sus propios algoritmos. Los algoritmos son fórmulas matemáticas. En lenguaje coloquial, son secuencias de pasos que ordenan respuestas según una prioridad previamente establecida. También se podría decir que buscan patrones de comportamiento según las variables con las que se hayan programado (Vivas, 2023). Sin embargo, al ser desarrollados por programadores, no solo están constituidos por fórmulas matemáticas, sino que también cuentan con contenido ideológico (Zuazo, 2015), estos sesgos pueden perpetuar estereotipos. Por lo que los algoritmos tienen la capacidad de modelar la vida social, pudiendo alterar las decisiones y percepciones de quienes son expuestos a ellos (Carr, 2014). Se entiende por esto que debido a sus características tienen la capacidad de construir realidad y modelar patrones de comportamiento en masa sin que, muchas veces, la persona afectada sepa que su conducta y opiniones están siendo manipulados. Es necesario entonces comprender cómo operan para poder tener mayor capacidad de decisión, con la posibilidad de convertirse en usuarios activos y no pasivos frente a la información que se despliega al usar las plataformas digitales.

Otro punto a considerar es que el uso de la tecnología conectiva y especialmente de la IA, en la cotidianeidad, puede ocasionar la automatización de información y siempre que aparece esa palabra, se debe pensar en la existencia de un software perteneciente a alguna empresa tecnológica, que busca privatizar datos de sus usuarios. Por lo tanto, se puede considerar la automatización de información como sinónimo de privatización (Sadin en Museo Malba, 2024) y, también, como facilitadora de cierto orden y control social. Junto con esta asociación, se podría presentar un escenario donde se estuviera implementando una estrategia global, según Sadin, de mercantilización de la vida humana (Periodismo Puro, 2023) a través de la comercialización de lo vivo a gran escala o, como también refieren Benasayag y Pennisi (2023), una tendencia a la colonización tecnocientífica de lo vivo.

Lo desarrollado hasta el momento se podría sintetizar en cómo “el mundo de la servidumbre y la rendición, o peor, la delegación del poder a quienes codifican los algoritmos y máquinas en pro de la eficiencia” (Paniagua, 2023, p.163). Esto atraviesa la cultura, dando cuenta de las formaciones subjetivas contemporáneas, en donde gran parte de la vida pasa a través de las pantallas, del dejarse ver y ser visto, de las plataformas digitales y de aplicaciones que conocen las formas de pensar de sus usuarios.

II. Desarrollo

Es importante fomentar el uso responsable de las tecnologías digitales como medio para potenciar y mejorar la condición humana de existencia. Sin embargo, también es posible utilizar dichas herramientas para sustituir gran parte de la experiencia analógica por la experiencia virtual. Donde la interacción con sistemas, más la dependencia de su interpretación y sugerencias para la toma de decisiones afectan la capacidad organizativa, la estimulación sensorial, la posibilidad de autonomía como ser independiente, las instancias sociales y las facultades humanas creativas e innovadoras, entre otras.

1. El impacto de la tecnología digital sobre la subjetividad en la era de la IA

1.1 La tecnología como dispositivo de poder

“¿Qué es un dispositivo? (...) es una especie de ovillo o madeja, un conjunto multilineal. Está compuesto de líneas de diferente naturaleza” (Deleuze, 1989a, p. 155). Un dispositivo es la red de relaciones entre una multiplicidad de elementos heterogéneos interrelacionados (Heredia, 2012). Estos elementos heterogéneos pueden ser dichos o no dichos y están compuestos por un conjunto de discursos, leyes, decisiones, instituciones, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales y filantrópicas, instalaciones arquitectónicas y medidas administrativas (Foucault, 1977/1991). Siguiendo con estas definiciones, se entiende la noción de dispositivo como el resultado de la permanente relación que un conjunto de éstos elementos mantienen entre sí, que habilita ciertas formas de mirar y de decir, visibilizar y enunciar, a la vez que invisibiliza otras, en una época determinada y resultado de estos juegos de fuerza que operan.

Los dispositivos establecen un ejercicio de poder y una configuración del saber que establece una cierta verosimilitud, generando sentido y significado (Foucault, 1977/1991). Para continuar con la idea, es oportuno definir la perspectiva de poder que propone Foucault (1976/2007): “(...) no es algo que se adquiera, arranque o comparta, algo que se conserve o se deje escapar; el poder se ejerce a partir de innumerables puntos, y en el juego de relaciones móviles y no igualitarias” (p.114). Se comprende así al poder como un verbo transitivo que expresa la posibilidad de algo que requiere de otro verbo para tener sentido, como por ejemplo: poder modificar.

Las tecnologías emergentes pueden verse como dispositivos de poder que intentan definir un saber en una época determinada. Esto ocurre por sus propios atributos y por

la posibilidad que tienen de ejercer cierto grado de influencia sobre sus usuarios. Dicha acción suele ser planeada y alineada con los intereses de acumulación y rentabilidad de corporaciones, siguiendo lógicas de producción capitalistas. En otras palabras, su alcance les permite formar opiniones en diversos ámbitos, a nivel global y de manera instantánea.

Berardi (2016) añade una dimensión biológica, al afirmar que las computadoras conectadas en red, configuran un dispositivo que tiene la capacidad de provocar una mutación antropológica al causar múltiples alteraciones cognitivas. Estas alteraciones se deben principalmente a la sustitución de la estimulación sensorial y, sobre todo, a la pérdida de la lectura analógica. Este "universo alfabético" (p. 189), es sustituido por el uso de pantallas y el surgimiento de una generación basada en imágenes, atrapada en una cultura visual donde "la aceleración infinita del tiempo real recorta los tiempos de la actividad mental (...)" (p.189), y donde todo sucede de forma veloz y efímera.

1.2 La tecnologías digitales como constructoras de subjetividad

Foucault (1966/2005) "sin embargo, reconforta y tranquiliza el pensar que el hombre es sólo una invención reciente (...) un simple pliegue en nuestro saber y que desaparecerá en cuanto éste encuentre una forma nueva" (p.9).

Deleuze (1989b) recupera la idea foucaultiana desde la metáfora del pliegue. Esta metáfora es usada por Foucault para explicar el proceso de subjetivación, el cual ocurre por el plegamiento del afuera hacia un adentro. En este proceso, el sujeto y el objeto se constituyen mutuamente.

Aludiendo a lo anteriormente dicho, es posible dar cuenta que la incorporación de nuevas tecnologías a la vida construye, inevitablemente, nuevas formas de sentido. Esto es un fenómeno que siempre ha ocurrido a lo largo de la historia. La invención de los medios de transporte (como el tren, el avión, el barco, el ómnibus, el auto), la radio, el teléfono y el telégrafo, por mencionar algunos de ellos, ha acompañado cambios significativos en las personas y sociedades enteras. La tecnología conectiva no ha sido la excepción, la invención y difusión del uso de los celulares inteligentes conectados a internet, que tienen la posibilidad de descargar una amplia multiplicidad de aplicaciones y servicios, y permiten las comunicaciones instantáneas. Estos aparatos, fáciles de transportar, han producido un significativo cambio a nivel individual y social, tanto local como global, y han marcado el triunfo de la fusión hombre-máquina, por las posibilidades que brindan sus funciones y la rápida adaptabilidad que han tenido en la vida de las personas.

A partir de la gran capacidad de ajuste y personalización de la IA en el diario vivir, es posible entender que “la interacción de los sistemas de IA con el ser humano es inevitable, su orientación a reconfigurar lo humano es innegable y su influencia en las subjetividades plantea desafíos” (Barros Tao et al., 2020, p.86). Este punto de vista sugiere que la influencia de los artefactos electrónicos inteligentes, ha cambiado el modo en que se disfruta del tiempo libre, las condiciones y la concepción del trabajo, el modo de aprender, lo que se aprende, la forma de leer, el uso del lenguaje, la percepción, la atención, la forma de escritura, las comunicaciones, las formas de relación interpersonal, las fuentes de memoria y la forma de acceso a la información (Constante y Chaverri, 2020; Berardi, 2016).

En vista de lo mencionado, se está viviendo un fenómeno donde la digitalidad media los vínculos y modifica los lazos sociales (Araújo,2013). Predomina la fluidez y la aceleración en los modos de relacionarse, los vínculos pasan a ser evaluados según términos capitalistas de costo-beneficio (Vespucchi, 2005). Continuando con lo que exponen estos autores, resulta posible pensar que las relaciones se miden según la utilidad-inutilidad de la persona, y se presenta la idea de desechar-renovar amistades, desde una perspectiva persona-objeto, y ya no como persona-sujeto.

Los teléfonos inteligentes se han transformado en el medio perfecto para fomentar la adicción al consumo y la hiperconectividad (Paniagua, 2023), debido al acceso a internet, la hiperpersonalización de la oferta y los intereses de algunas corporaciones para lograr su rentabilidad. Así, como los trabajadores, producto de esta revolución tecnológica y el incremento del trabajo cognitivo, fueron obligados a verse como una especie de empresarios de sí mismos. “El teléfono celular tomó el lugar de la cadena de montaje” (Berardi, 2016, p.33), lo que establece condiciones laborales esclavistas, donde el tiempo de ocio y el trabajo no se diferencian uno del otro.

Además, según plantea Sadin (Periodismo Puro, 2023), hay una obsesión por parte de las empresas hacia la mercantilización total de la vida, y donde las personas eligen ser guiadas por sistemas que tienden a la homogeneización y a la industrialización de lo vivo. Esta tendencia lleva a que los usuarios deleguen y dependan cada vez más de programas como las instrucciones de GPS (como Google Maps o Waze), consultas a Siri (Apple), Google Assistant y Alexa (Amazon) y el uso de servicios y redes sociales (Facebook, Instagram, Tinder, X, Bumble), entre otros. Estos se basan en interpretaciones automatizadas de cómo actuar (Sadin, 2021), y en consejos generados algorítmicamente (Carr, 2014). El software comienza a modelar la forma en

cómo se trabaja, a gestionar la secuencia de operaciones, las expectativas de los consumidores y cómo se consiguen los beneficios (Carr, 2014).

Estas estrategias corporativas, imperan bajo lógicas de mercado, donde el capitalismo se ha apropiado del deseo (Guattari, 1995) y, con él, de producir el consumo y la insatisfacción. Guattari (2006) agrega que la estrategia del capitalismo tiene una marcada tendencia a la capitalización y homogeneización de la subjetividad humana. El capitalismo opera a través de la incidencia en la acción, la conducta, el sentido, el sentimiento, el afecto, la gestualidad, los vínculos y los modos de relacionamiento (Guattari y Rolnik, 2006).

Es posible pensar que hay muchas tensiones interactuando al mismo tiempo. Primeramente, como anteriormente se mencionó, está la obtención de datos de usuarios y el provecho que pueden obtener las empresas sobre ellos ofreciendo productos y servicios que marquen cambios en sus comportamientos. Luego, también puede darse una tensa y constante competencia por la hegemonía política e ideológica a través de la disputa por la información que reciben. Estas fuerzas en tensión han hecho creer que la vida humana debe ser una experiencia digitalizada logrando así que todo ocurra en red.

En consonancia con lo que proponen los autores citados y a modo de síntesis, es necesario problematizar y analizar, cómo la acción de delegar y depender de programas, los cuales previamente seleccionan la información y predeterminan respuestas, conlleva a la ruptura de la pluralidad de la subjetividad y a la pérdida de lo heterogéneo, múltiple y diverso del ser humano. Esto podría ser resultado de ciertos intereses corporativos y/o intereses de gobiernos por incidir en la administración global. Estas motivaciones, se podría pensar, son el motor del control de la era digital, a través de la influencia sobre las opiniones, la posibilidad de modelar conductas en masa y, sobre todo, en la búsqueda del utilitarismo capitalista mientras se construyen subjetividades bajo lógicas de mercado e hiperestimulación de los sentidos, en un mundo acelerado, y donde el sentimiento de vacío e incompletud, es una oportunidad de negocio para el mercado de productos y servicios.

1.3 Rompiendo linealidades

Deleuze y Guattari (1976/2006) proponen la metáfora de un pensamiento rizomático como forma de producción de realidad. A través del rizoma, refieren a pensar desde lo múltiple, lo heterogéneo, lo diverso, aquello que puede estar en constante transformación. Lo que hace especial al rizoma, es que no es lineal; cualquiera de sus

partes puede dar brote, no tiene principio ni final, su estructura puede ramificarse, aumentando las dimensiones y conexiones. A través de este modo de producción de realidad es posible desarrollar un pensamiento crítico, problematizar lógicas dadas, desnaturalizarlas, ver más allá, deconstruir lo que se impone, salir de lo heteronormativo.

Sin embargo, contraponen la idea del pensamiento rizomático con la forma de producir realidad arborescente, la cual es estructuralista ya que tiene un orden predefinido para cumplir con su funcionalidad: raíces, tronco, ramas, hojas. Está fijo y es inmovil. Es vertical y por lo tanto jerárquico. Impone lógicas hegemónicas, que dominan y no deja lugar a otras formas de pensamiento devengan.

Entonces, ¿Bajo qué término, rizomático o arborescente, podría considerarse la influencia de la tecnología digital en sus usuarios?

1.4 La inteligencia artificial y su alcance

Según sugiere Paniagua (2023), la IA refiere a técnicas informáticas que intentan replicar el funcionamiento del cerebro humano para detectar patrones de conducta y realizar sugerencias. Vivas (2023) agrega que la IA está compuesta por tres componentes fundamentales: enormes volúmenes de datos, una gran capacidad de procesamiento y muchos algoritmos.

Las tecnologías cognitivas, al ser sistemas avanzados de IA, cumplen con la función de procesar, interpretar y sugerir información. Estos sistemas son capaces de imitar y desarrollar capacidades humanas, como es el razonamiento, la toma de decisiones, la percepción y el aprendizaje a través de un aprendizaje automático.

Es relevante considerar que la IA está presente en las plataformas y aplicaciones de uso diario, a través de objetos inteligentes (teléfonos, ordenadores, electrodomésticos, vehículos, etc.), que tienen sensores, escuchan, interactúan y obtienen información. Buscan ofrecer un servicio de simplificación de la vida. Los sistemas no son solo herramientas tecnológicas, sino también productos desarrollados por empresas con fines de lucro, que buscan un rendimiento a su inversión. La IA pretende la sustitución de las formas de racionalidad humanas, para automatizar y privatizar, con el fin de aumentar su rentabilidad y poder de centralización de información e influencia sobre grandes grupos de personas a bajo costo.

La IA disminuye la capacidad humana de crear, hablar, escribir y comunicarse en primera persona con la experiencia vivencial de respaldo (Sadin, 2021). Produce un lenguaje muerto y tiende a la homogeneización ya que surge de correlaciones y no de la experiencia individual (Periodismo Puro, 2023). Vivas (2023) tiene una visión más esperanzadora sobre el tema y la influencia de la IA sobre las facultades humanas, manifestando que "(...) la IA es la forma de ayudar a la humanidad a alcanzar su máximo potencial (...) creo que la IA es una extensión de la inteligencia humana. (...) es la siguiente etapa de la evolución (...)” (p.18). Esto sería posible ya que la IA puede procesar grandes cantidades de datos que la mente humana no es capaz de hacer, y es una acción útil para predecir acontecimientos futuros a gran velocidad, con mayor cantidad y variedad de datos. Por el contrario, y en apoyo a la visión de Sadin (2021), Carr (2014) destaca que las computadoras están atrapadas en sus propios algoritmos desarrollados y/o aprendidos, limitando su alcance según su programación. En consonancia, Paniagua (2023) desarrolla que la IA funciona según grandes volúmenes de datos para analizar y detectar patrones, pero no puede distinguir por sí misma si estos datos son verídicos o no. Además, a diferencia del cerebro humano, estos sistemas no pueden contextualizar la información.

De este modo, es posible cuestionar si realmente la IA es capaz de desarrollar el potencial de la humanidad sin una supervisión constante por parte de estos. La creencia de que los datos, interpretaciones y sugerencias que proporcionan los sistemas son siempre infalibles es un gran error. Aunque sean procesados por máquinas, estas pueden contener datos erróneos, o la información utilizada para detectar patrones puede estar seleccionada de manera incorrecta, brindando resultados que carecen de veracidad y conducen al error.

También es preciso problematizar sobre el uso que se le da, dependiendo de los intereses, si estos están movidos para la hiperpersonalización de la oferta o si esas capacidades serán destinadas a fines que mejoren la calidad de vida de las personas, como puede ser el detectar enfermedades antes de que se desarrollen en los organismos, a modo de ejemplo.

2. Problematizaciones sobre la industria tecnológica y sus efectos

2.1 La industria tecnológica y sus intereses

Capitalismo, globalización y digitalización. El mercado se ha convertido en el principio regulador de la sociedad y el crecimiento económico es el objetivo principal. En esta

competencia de intereses corporativos los datos se han convertido en el petróleo de la economía digital. Son el mayor activo del capitalismo tecnológico y las plataformas precisan de ellos para funcionar: los procesan, los clasifican, los analizan y, muchas veces, los comercializan en un mercado basado en la compraventa de comportamientos humanos propios de la tecnoindustria (Suárez, 2023).

La humanidad se está dotando a grandes pasos de un órgano de prescindencia de ella misma, de su derecho a decidir con plena conciencia y responsabilidad las elecciones que la involucran. (...) La figura humana se somete a las ecuaciones de sus propios artefactos con el objetivo prioritario de responder a intereses privados y de instaurar una organización de la sociedad en función de criterios principalmente utilitaristas (Sadin, 2021, p.21).

Se vuelve importante hacer hincapié en que, en cada uso que se realiza a través de objetos digitales en red, los usuarios dejan huellas de navegación (Suárez, 2023). Estas huellas permiten que las empresas conozcan mejor sus gustos, preferencias, ideologías, orientación sexual, ubicación geográfica, entre otros. Por lo tanto, una de las principales estrategias llevadas a cabo por estas corporaciones es captar y retener la atención de sus usuarios para que realicen más interacciones, dejando así más datos que luego serán procesados y convertidos en información relevante. Según Carr (2014), esta información les permite programar cada vez más aspectos de la vida de los usuarios y prolongar el tiempo de uso de la plataforma. Algunos ejemplos de estas estrategias para captar y retener la atención son: el uso de diseños atractivos en la pantalla, el envío de mensajes a modo de notificaciones con sugerencias, el recordatorio de eventos sociales, notificaciones con novedades, la muestra de información de posible interés, selección de recuerdos con posteos de años anteriores, la humanización en la interacción máquina-humano (algunas aplicaciones, al no ser usadas por varios días, mandan mensajes diciendo “te extraño” o, cuando el usuario se conecta le escribe, “qué bueno volver a verte”), entre otras.

Desde esta perspectiva los algoritmos pueden ser considerados como capital fijo, y son un medio de producción para obtener un rendimiento económico, por lo que permiten el acceso al valor de cambio (monetización) y acumulación de capital (Terranova, T. 2018). Son implementados por corporaciones con modelos de negocio que buscan su rentabilidad y los programan con el fin de lucrar (Lainer, 2018).

Otro factor a tener presente es que la estrategia de la industria tecnológica, presenta además, en muchas ocasiones, falta de regulación. Este vacío en la reglamentación se

debe al alcance global que tienen, lo que les permite elegir estratégicamente dónde instalarse para eludir las leyes, restricciones y obligaciones fiscales que puedan interferir en su gestión para lograr sus intereses. Esto constituye un tema de constante discusión: la vulneración de los derechos fundamentales inherentes a la persona por el uso y filtración de datos llevada a cabo por la estrategia comercial de la industria tecnológica, donde según Paniagua (2023), y como se viene trabajando, “la experiencia humana privada se convertiría así en materia prima para el mercado, traducida en datos de comportamiento” (p.135).

Entonces, es posible analizar cómo este interés por la conducta humana lleva a una tendencia a la posible vulneración de los derechos de intimidad y privacidad de los usuarios. Este es un tema que debe ser considerado con total seriedad, responsabilidad y sanciones. Sin embargo, sí existe un vacío legal por las razones antes expuestas, los propios usuarios deben asumir la responsabilidad de preservar y cuidar su intimidad, lo más que puedan, en este mundo cada vez más digitalizado.

La forma de autocuidado es siendo personas activas en la toma de decisiones, permaneciendo informados sobre los impactos de la IA, controlando la información que comparten cada vez que utilizan dispositivos electrónicos y plataformas digitales. Se considera que este accionar constituye un acto de empoderamiento y revolución frente a un sistema dominante.

2.2 Clave en la estrategia, su desarrollo y rápida adaptabilidad a la vida humana

La tecnología siempre se ha instalado como una fuente de desarrollo y progreso. Se vive en una nueva sociedad en red y globalizada. La tecnología ha facilitado la conectividad, la automatización y las comunicaciones instantáneas (telefónicas, chats, correo electrónico), portales de noticias, actualizaciones de novedades, plataformas sociales, mapas, rutas, programas de administración personal y de negocios, pago de cuentas personales, transacciones bancarias, compra de productos, entretenimiento (música, películas, series, juegos) y muchas más funciones que llevan a que las personas pasan gran parte de su día interactuando a través de algún dispositivo digital.

Cada actividad online alimenta las enormes bases de datos de las grandes corporaciones. Por nombrar algunos ejemplos, se puede mencionar el uso de smartwatches (que registran muchos datos de interacciones, así como datos biológicos de sus usuarios), Siri (Apple), Google Assistant y Alexa (Amazon), el uso de

ordenadores, smartphones, smart TVs, plataformas de streaming (como Netflix, Spotify y YouTube), y aplicaciones de navegación (Waze, Google Maps). Esta información es cuantificada y bibliometrificada (Saura y Bolívar, 2019). Sadin refiere a éste fenómeno como una tendencia a la “pixelización de la vida” (Periodismo Puro, 2023), donde cada vez más factores del quehacer diario pasan por medio de algún dispositivo electrónico y queda registro de la actividad en manos de las grandes corporaciones.

Suárez (2023), define esta situación como un hecho planificado al afirmar que la digitalización de la realidad es la mayor obra de ingeniería de la historia de la humanidad. Y en concordancia con esta idea Ríos (2023), sostiene que “la era digital, por decir así, inicia un proyecto tecno económico capitalista que anhela, una vez más, el control total de la vida mediante la automatización general del mundo” (p.42).

La tecnología está tan integrada a la vida diaria que podría pensarse que las personas tienen la capacidad de desparramar datos por todos lados en todo momento (Vivas, 2023). Zuazo (2015) señala que Internet se ha vuelto “omnipresente e invisible” (p.14) en la vida de las personas. Según plantea Suarez (2023), las plataformas pueden crear entornos que son conocidos como ecosistemas enteros de vida digital, teniendo el poder de informar y modificar los hábitos de comportamiento. Hidalgo (2019), agrega a esta noción que “la vida es contemplada, monitoreada y retroalimentada en un ambiente tan familiar que termina por envolver la existencia misma” (p. 88).

Aunque también es importante agregar que esta tendencia hacia la hiperconectividad se da por lo que se conoce como el internet de las cosas (en inglés, las siglas IoT -Internet of Things-), que refiere a que cada vez más objetos están conectados en red, facilitando la recopilación de datos cuantificables y rastreables (Fagua y Pacheco, 2020). En esta tendencia de usar cada vez más aparatos conectados, Sadin plantea la idea del bienestar como un modo de esclavitud contemporánea (Periodismo Puro, 2023).

2.3 Posibles efectos del uso de de la IA sobre las facultades cognitivas

En palabras de Suarez (2023) “las personas son la última frontera de la digitalización. Los seres humanos no se han digitalizado todavía porque no sabemos cómo hacerlo, pero estamos en camino hacia una digitalización de la persona (...)” (p.27).

El uso de dispositivos electrónicos no solo altera la noción de espacio y tiempo, sino que también produce nuevas formas de simbolización y, junto a ello, las posibilidades

de lo pensable y lo impensable, generan lógicas de sentido. Los usuarios presentan cambios al no poder acompañar la aceleración propia de la máquina, ya que funcionan según dos velocidades diferentes. Esto produce una mutación antropológica y psíquica (Berardi, 2016).

Según afirma Nicholas Carr (2014), actualmente hay un exceso de automatización en el mundo, lo que está siendo perjudicial para el desarrollo del talento, la capacidad de resolución y la vida de las personas. Cada vez más, las personas se basan en la sabiduría de los algoritmos para resolver situaciones cotidianas, y sus habilidades se ven afectadas por los bajos niveles de estimulación neuronal que resultan de los procesos de automatización. Las personas pierden autonomía en la toma de decisiones sobre sí mismas al delegar este poder a una máquina (Floridi et al., 2018). Sumado a lo anterior, también se tiene el riesgo de desarrollar una “visión limitada” (Carr, 2014, p.74), ya que las habilidades humanas se adquieren a través de la práctica y el uso de las facultades dadas, algo que hoy se ve sustituido por la realidad digital.

Las pantallas no están diseñadas de manera ingenua, sino que resultan altamente atractivas y tienen el plus de que siempre están mostrando algo. Sin embargo, es importante saber que la estimulación a través de este medio solo afecta el sentido de la visión y, en menor medida, el oído, dejando por fuera el olfato, el tacto y el gusto de lado. Carr, 2014, describe esta situación como que “el resultado es un empobrecimiento existencial” (p. 250).

Bajo esta perspectiva y acorde a Moreno (2014), la capacidad asociativa de la psique resulta afectada por lo conectivo. Esta afectación es resultado de que las huellas mnémicas (huellas de la psique que participan en la construcción de sentido), no son suficientes para poder cumplir su función y comprender lo que sucede. En otras palabras, al carecer de experiencia física y de esos referentes mnémicos (que afectan los significantes y simbolizaciones), las asociaciones de ideas producen falsos enlaces modificando la forma de pensar y procesar información de las personas. En línea con la propuesta de Montero, Carr (2014) sostiene que “(...) la automatización informática nos da su reverso: el efecto degeneración” (p. 100). Además, Schlemenson y Grunin (2014) estudian las causas por las cuales las generaciones actuales presentan problemas de simbolización y una baja capacidad de reflexión. Concluyen su investigación con que se debe a que los jóvenes tienen ideas y comportamientos cada vez más irracionales, pero estas conductas son reconocidas y aceptadas socialmente.

2.4 El imperio de la imagen

La televisión había inaugurado la era visual, y las tecnologías conectivas han dado lugar a la pantalla global (Lipovetsky y Serroy, 2009). La tecnología digital habilita una forma de comunicación y exposición donde los sujetos, a través de las pantallas, transmiten vidas hedonistas (placer y felicidad al consumir). Alimentando así la idea de un narcisismo a través de los contenidos que difunden, vidas saludables, opulentas, exitosas, con mensajes positivos, donde la cantidad de seguidores e interacciones inciden directamente en el ego y la satisfacción personal. Se muestran marcas, lugares geográficos, medios de transporte, se promocionan sitios, se incentiva al consumo.

Tal es así que las plataformas digitales ven a la “explotación del yo” (Suárez, 2023, p.75) como la nueva materia prima fundamental del capitalismo tecnológico y de datos; por ello, la gran batalla por captar y mantener la atención de sus usuarios. El cuerpo físico es tomado como objeto de consumo (una forma de comunicación y significación), manipulado por múltiples significantes del estatus social como un símbolo de prestigio (Baudrillard, 1970/2009). En consonancia Cipriano (2011), afirma que en lugar de encuentros físicos, se da prioridad a la presencia de imágenes, lo que nos lleva a experimentar nuevas formas de reconocimiento y representación de la realidad, dónde Sánchez y Martínez (2019) agregan que esto se da a raíz de la hipervisibilidad que permiten los intercambios digitales.

Las nuevas generaciones fusionan su condición humana con la condición digital de tal modo que hoy en día muchos conciben su personalidad según las vivencias que tienen a través de dispositivos electrónicos. Agrega Suárez (2023), “para ellos la realidad física y social solo tiene sentido en su manifestación y ecos digitales” (p.73).

Conforme a lo expuesto, Fabela (2022) desarrolla la idea de que en el uso de las plataformas digitales que ofrecen los servicios de red social, la persona tiende a configurar un tipo de personalidad digital. Esta personalidad debe estar en constante renovación para ser aceptada. Y en adición a esto, para el usuario la imagen es asumida como una mercancía que sirve como modelo a seguir y es aspiracional para otros usuarios, convirtiendo así su identidad en un bien de consumo. De acuerdo con estos aportes, Sánchez y Martínez (2019), sostienen que el auge de la imagen es tomada como un recurso de difusión masiva y comparten la idea de que es valorizada según lógicas de mercado.

Aparece la noción de ver y ser visto, de dejarse ver y a la vez decidir qué se oculta a otros. El usuario configura lo que quiere mostrar, la imagen de sí mismo en el discurso, y despliega una gran cantidad de discursos posibles a través de la construcción de un perfil que elabora. Se da la explotación del yo, la exposición, las selfies y las ediciones digitales (como el uso de filtros), que pretenden una construcción de realidad y la creación de un valor social determinado. Existe una constante búsqueda de reconocimiento, de medir y comparar la cantidad de interacciones que pueda tener un posteo, reacciones, comentarios. En otras palabras, se busca la aceptación de otras personas virtuales que muchas veces no son vínculos duraderos ni estables.

3. Resultados de la influencia tecnológica

3.1 Manipulación del deseo e incitación al consumo

Se podría decir que se presenta la necesidad constante e inacabada de llenar el sentimiento de vacío interior (Bauman, 2000), y se intenta llenar a través del consumo emotivo. Época que se caracteriza por la falta de pensamiento y problematización lo que lleva a una barbarie interior (Lipovetsky, 2006). Ese sentimiento de incompletud produce ansiedad (Bauman, 2000), y los productos se encuentran a un click de distancia con la falsa ilusión de plenitud. Los dueños del mercado saben que la infelicidad es el motor para estimular el consumo:

Comprar es una suspensión de la angustia, un antídoto de la soledad, pero sólo hasta cierto punto (...). Los patrones del mundo no quieren (...) que la humanidad sea feliz, porque una humanidad feliz no se dejaría atrapar por la productividad, por la disciplina del trabajo, ni por los hipermercados (Berardi, 2016, p.182).

La globalización es entendida como el proceso de expansión del mercado y, por lo tanto, de las lógicas capitalistas (Chomsky, et.al 2002) las cuales se han visto potenciadas con el desarrollo y masificación de la tecnología a nivel global. Empresas de consumo electrónico como lo son Amazon, Mercado Libre, Temu y Quiero traerlo, dan la posibilidad del fácil acceso a productos y servicios de manera internacional, favoreciendo y fortaleciendo el consumo a través de simplificar la compra y logística de los productos sin importar las fronteras.

Por otra parte, Bauman (2000), analizó cómo el acto de consumir tiene como finalidad comprar una identidad en el mercado global, donde todo es posible de ser seleccionado, todo, menos la obsesión compulsiva por comprar. Y agrega que se

consume para sentir una efímera satisfacción y la constante exigencia de pertenecer a algún grupo. En consonancia con la idea de lo fugaz y efímero (Lipovetsky y Serroy, 2009), es posible asociar la noción de “Identidades Prêt-à-porter” (Prêt-à-porter es un término en francés que quiere decir “listo para llevar”) usada por Rolnik (2005). Rolnik distingue entre el perfil de subjetividad, los cuales refieren a cómo la persona ama, cómo se viste, las expresiones que utiliza al hablar, es decir, las formas en que se expresa la subjetividad. Pero también plantea los universos específicos, los cuales existen bajo la forma de sensaciones y producen algo en el sujeto.

Las lógicas de mercado se apoderan de ellos, creando nuevos universos, manteniendo y eliminando otros, creando necesidades, carencias y deseos que se cree pueden ser satisfechos con algún producto o servicio accesible a través de una transacción. El mercado ofrece kits que generan la ilusión de pertenencia y un constante interés por adquirir referencias identitarias y experimentar sensaciones. De este modo, es posible considerar que la tecnología digital, como el uso de la IA, la globalización y las empresas que facilitan la logística, fortalecen la creación y rápida difusión de universos específicos, que se propagan a través de las redes sociales y plataformas, marcando tendencias a nivel global.

También es posible asociar al hiperconsumo como una actividad que se retroalimenta con la necesidad de la explotación del yo y la tendencia a exponer la vida personal en las redes sociales, lo cual es resultado del desarrollo de la vida virtual y los intercambios digitales. En estos intercambios, las personas interactúan y van dejando nuevas huellas de navegación. Esta información será luego vendida a empresas que deseen promocionar productos y servicios según el perfil de usuario (y en grandes cantidades).

3.2 Influencia y manipulación de la opinión pública

Algunos de los desafíos que plantea la digitalización es la centralización de la información, una tendencia de tipo monopólica donde el poder queda en manos de unos pocos, como pueden ser Apple Inc., Alphabet (Google), Microsoft Corporation, Meta Platforms (antes Facebook), Amazon.com, entre otras. Como ya se ha mencionado, estas grandes corporaciones no solo cuentan con extensas bases de datos e información de sus usuarios (emociones, conductas, actividades, opiniones), sino que también, como plantea Zuazo (2015), ofrecen contenido de entretenimiento, fomentan el consumo y comunican la información a nivel global, transformándose así

en grandes actores de poder económico y político. Sumado a lo anterior, a través del uso de Internet, es posible facilitar la vigilancia corporativa y estatal. Los gobiernos concentran grandes flujos de datos, recabados a través de este medio, de forma sencilla y a bajo costo, lo que les permite vigilar a la población.

Siendo así, se puede considerar la paradoja contemporánea en la que se es parte de la era de mayor comunicación interconectada a nivel global, pero también, tiene su otro lado donde se da la era de mayor control y vigilancia de la población. Esto ocurre porque los usuarios exponen en las redes información personal que, antes de la digitalidad, era considerada privada y ahora es capturada a gran escala a través de la red. Incluyendo sus ideas políticas, orientación sexual, tipo de amistades, comunicaciones familiares, bloqueos, etc. Un ejemplo de esto es la plataforma digital Facebook, la cual Assange et al. (2013) describe como una idea comercial que busca que los usuarios se sientan cómodos al usarla y así revelen información personal. Esta información luego es recopilada por la empresa a gran escala, convirtiéndose en una especie de "Panóptico perfecto" (Assange et al., 2013, p.32).

El panóptico (Panóptico, 2024) es un término introducido por Samuel Bentham a finales del siglo XVIII, para referirse a un estilo arquitectónico carcelario. Posteriormente, este término fue utilizado por Foucault para estudiar el disciplinamiento de los cuerpos, el poder y el control ejercido en las sociedades disciplinarias (desde el siglo XVIII hasta principios del siglo XX). Las empresas de la industria tecnológica se han convertido en fuertes actores políticos con gran influencia e intereses, debido a su capacidad para recopilar datos, modificar las ideas de los usuarios y, con ello, los afectos y opiniones de los mismos sobre determinados temas.

Es así como Davies (2015) expuso que la empresa Facebook (ahora Meta Platforms) dio a conocer un estudio académico donde se relataba, con gran detalle, cómo se habían manipulado y modificado las emociones de 700.000 personas, sin el consentimiento de estas, al modificar los algoritmos de suministro de noticias y comentarios a los que se exponían los usuarios. Los investigadores quisieron analizar si las influencias, ya sea positivas o negativas, de lo que se seleccionaba mostrar en el muro incidía en los comentarios que podían realizar, y si éstos eran contagiados a los demás usuarios. El resultado del experimento confirmó que el contenido del muro influyó directamente sobre los comentarios que realizaron y además comprobaron cómo sus estados emocionales produjeron contagio en los demás usuarios que los leían (BBC Mundo News 2014).

Otro aspecto a evaluar es sobre el ejercicio de la democracia, el cual también se ve afectado por la era digital ya que la capacidad de elaboración de un pensamiento lógico-crítico es fundamental para su ejercicio. Marshall McLuhan (1996), desarrolla la idea de que la capacidad de elaboración del pensamiento lógico-crítico es característica de la generación de tecnología alfabetizada y, advierte que ésta será sustituida por la generación con tecnología post-alfabética. Esta nueva generación presenta un tipo de pensamiento mitológico, carente de fundamento, que tendrá grandes dificultades para distinguir lo verdadero de lo falso. Lo que infiere McLuhan conlleva a un gran problema y a cierta vulnerabilidad de la población frente a los intereses hegemónicos (corporativos y políticos) producto de la afectación cognitiva para cuestionar y deconstruir lógicas dadas, que responden a vínculos dominantes.

Se podría pensar que es un intento de hacer a la población fácil de manipular y así obtener algún tipo de beneficios a gran escala. Como también una estrategia para incentivar la fantasía, la proyección y la especulación por sobre la historia universal, local y personal. Lo incierto se apodera de las redes, dando lugar a un sinfín de posibles escenarios y opiniones. Frente a la incertidumbre, las teorías de conspiración y las noticias falsas hacen que la comprensión de los hechos pueda ser distorsionada.

3.3 Alteración cognitiva y emergencia de nuevas generaciones

Continuando con esta idea de pérdidas y cambio generacional a raíz de la incorporación, acceso y uso de las tecnologías en red, Berardi (2016), estudia el proceso de transformación psíquico, perceptivo y cognitivo. Realiza un quiebre entre la generación alfabético-crítica y la generación post-alfabética. La alfabético-crítica es aquella generación que se ha desarrollado previo al auge de la tecnológica conectiva, y la generación post-alfabética es aquella que es la primera generación que ha aprendido más de una máquina que de su cuidador principal (refiriéndose al cuerpo del otro). De una generación a otra es posible identificar una mutación antropológica, lingüística y vincular que tiende a la despersonalización y define este fenómeno como “la catástrofe del mundo moderno” producto del: “enrarecimiento del contacto corpóreo y afectivo, en la modificación (...) comunicativo, en la aceleración de los estímulos a los que la mente es sometida” (Berardi, 2016, p.52).

Aludiendo a los niveles cognitivos afectados por el cambio, Berardi (2016) deduce de su investigación que el uso de palabras por un niño de formación mediana de la

generación post-alfabética es de unas 650 palabras, en comparación con los niños de la generación alfabética, que era de unas 2000 palabras aproximadamente. Esta investigación demuestra la importante mutación que trae aparejado el cambio hacia la digitalidad, donde se estimulan ciertos aspectos de la vida, como el visual ya que predomina la comunicación a través imágenes, pero se atrofian otros, como es el de la transmisión del lenguaje, afectando los vínculos, la comunicación, el relacionamiento, el manejo de las emociones, la formación de un pensamiento crítico, sólo por nombrar algunos de los aspectos afectados.

Otra de las mutaciones percibidas es la que investiga Roxana Morduchowicz (2008), la cual analiza la nueva generación multimedia. Haciendo referencia a aquellas personas que se han adaptado cognitivamente a atender una multiplicidad de estímulos a la vez y, que además, pueden llevar a cabo diversas actividades en simultáneo: escuchar música, hablar por teléfono, mirar la TV, navegar en internet. Este cambio hace que se pierda la concentración en una tarea determinada, resultando en una atención leve y dispersa entre las diferentes actividades.

De este modo es posible problematizar el incremento de los diagnósticos de déficit atencional (TEA) detectados en la actualidad, tanto en niños como en adultos. Casos que son diagnosticados y muchas veces medicados, y que pueden ser un factor de la época actual. La persona debe estar atenta a una multiplicidad de actividades, comunicaciones, personas, temas, al mismo tiempo. La atención se dispersa en diferentes y diversas actividades.

Esta hiperatención constante puede conllevar a que la atención en cada tarea realizada sea menor que antes de la incorporación de la tecnología al uso diario.

3.4 El uso de Chat GPT y sus posibles consecuencias cognitivas

El 30 de noviembre de 2022 se puso en línea y se publicó el Chat GPT. El Chat GPT es un modelo de lenguaje extenso que se usa a través de una aplicación que funciona por correlaciones de información (palabras y asociaciones), según criterios estadísticos y homogeneizadores. No tiene la experiencia de lo vivo, de la percepción (Benasayag y Pennini, 2023). Agrega Sadin (Museo Malba, 2024) que en el momento en el que el Chat GPT se pone en línea ocurre un hito en la historia: el surgimiento de un giro creativo e intelectual de la IA. Esto presenta una amenaza para las facultades intelectuales y creativas humanas; no se debe sustituir el uso de la condición humana por un sistema (Sadin, 2021).

Continuando con Sadin (Museo Malba, 2024) describe los textos producidos a través de CHAT GPT como continentes de lenguaje muerto, sin vida, elaborados desde una dimensión probabilística. Son despersonalizados y no cuentan con el acto de creación humana a través de la asociación de ideas subjetivas de cada individuo. La correlación es el origen de la conformidad, de dejarse dominar por los sistemas. Se industrializa la fuente, los autores pasan a ser los sistemas (Periodismo Puro, 2023).

Se puede deducir de esta forma que el uso del CHAT GPT, como productor de texto, repercute en lo personal y cognitivo, anula la posibilidad de apropiarse del texto en su elaboración, de buscar las palabras adecuadas que transmitan lo que se quiere decir, afecta el modo cómo se organiza el pensamiento, la capacidad de asociación y coherencia de la idea global. También se pierde lo singular de la experiencia de vida, la creatividad individual. No da lugar para la expresión de los sentimientos, de poner hincapié en lo que se considera prioritario. Se pierde la posibilidad de contar una historia en primera persona, de investigar, preguntar, interactuar.

Sumado a eso, el uso del CHAT ha generado una gran repercusión y discusión en torno a la ética, desde cuestionar los derechos de autor de la información que gestiona, hasta discusiones por plagio a la hora de elaborar documentos académicos y profesionales. Su uso debe ser consciente, entendiéndose que también como todo software tiene sus sesgos, sus fallas, su desinformación, sus errores, si no tiene la respuesta a una pregunta inventa los datos para responder. Entonces no todo lo que surge del CHAT GPT es verídico y real, ni está actualizado, por ejemplo, la versión gratuita tiene su última actualización cuando se hizo con la introducción de la versión GPT 4 en marzo del 2023 (OpenAI, 2024).

3.5 Riesgos de la automatización por el exceso de confianza

En esta tendencia hacia la robotización de las personas (Suárez, 2023), algunas de las afecciones cognitivas desarrolladas como resultado del uso automatizado, según Nicholas Carr (2014) son: la “complacencia automatizada” (p. 85), donde la persona confía tanto en el ordenador que distiende la atención perceptiva, no previendo otros escenarios posibles que no hayan sido contemplados en el sistema; y el “sesgo por automatización”(p. 88), que es el exceso de seguridad en la información proporcionada por el software, sin problematizar las sugerencias ni contemplar otras fuentes de información posibles para dicha situación, lo que lleva a la pérdida de objetividad.

Además, las tecnologías automatizadas pueden ser susceptibles a sufrir “fallos en cascada” (p.181), donde un error puede provocar una cadena de errores en diferentes áreas según la red de interdependencia previamente programada.

Un ejemplo del sesgo por automatización es cuando se utiliza el GPS (Sistema de Posicionamiento Global), ya que no se piensa en el camino a recorrer, sino que un software sugiere la mejor ruta para realizar un trayecto, y el dispositivo digital decide y dirige por qué camino irá la persona y, por lo tanto, cuál será el recorrido. Carr, 2014, sostiene que este sesgo anula el sentido de orientación espacial natural de los seres humanos. Y además reduce la posibilidad de interacción con otras personas, evaluar posibles rutas, apropiarse del recorrido , etc.

III. Conclusiones

“Retrospectivamente una vez más, podemos decir que la teoría crítica apuntaba a desactivar y neutralizar, o directamente a desconectar, la tendencia totalitaria (...) el principal objetivo de la teoría crítica era defender la autonomía humana, la libertad de elección y autoafirmación y el derecho a ser y seguir siendo diferente” (Bauman, 2000, p.31)

Con la intención de fomentar la reflexión y el pensamiento crítico, se invita a repensar las categorías globalizantes que responden a ciertos intereses hegemónicos heteronormativos. Una de las tantas formas de ser resistencia es no sustituir la realidad analógica por la realidad virtual, sino que debe darse un acoplamiento de ambos modos. Por ello, es necesario conocer las capacidades de la condición humana frente a los sistemas informáticos.

La condición humana tiene la capacidad de elaborar modelos mentales a través de la práctica. Esto significa que, por medio del desarrollo de habilidades y a medida que se acumula experiencia, se crean grupos de neuronas especializadas que cumplen con la función de detectar patrones en el entorno. Estos son únicos e irrepetibles ya que se desarrollan según la experiencia individual de cada sujeto.

Los modelos mentales interpretan y facilitan reacciones frente a situaciones de manera intuitiva (Carr, 2014). Son propios de las facultades biológicas y se utilizan para pensar; refieren a representaciones que contribuyen a la comprensión del mundo, organizan el pensamiento y posibilitan crear hipótesis. Lo orgánico tiene la posibilidad de autoafectarse, a través de la capacidad de sentir y experimentar emociones.

Por esa razón es posible realizar un paralelismo con la idea de rizoma propuesta por Deleuze y Guattari (1976/2006) quienes aluden a la multiplicidad de formas, lo diverso, pensar en líneas de fuga de los sistemas instituidos, jerárquicos y cerrados. Tratar de encontrar bifurcaciones que se transformen en potencia de cambio (Berardi, 2016), dar lugar a nuevos sentidos y significados, devenir a través de un pensamiento activo y abierto.

Mientras que las máquinas son continentes de arquitecturas digitales previamente programadas. No puede autoafectarse porque no tiene capacidad de sentir, aunque pueden ser programadas para autoalimentarse de todos los datos disponibles. Su funcionalidad es limitada y se basa en cálculos y combinaciones, donde, volviendo a Deleuze y Guattari (1976/2006) podría referirse a la lógica arborescente para la producción de realidad, una lógica de reproducción y de calco, estructurante y rígida.

Por lo que resulta interesante poder concluir este trabajo con la siguiente frase:

Estamos cansados del árbol. No debemos seguir creyendo en los árboles, en las raíces o en las raicillas, nos han hecho sufrir demasiado. Toda la cultura arborescente está basada en ellos (...). No hay nada más bello, más amoroso, más político que los tallos subterráneos y las raíces aéreas, la adventicia y el rizoma (Deleuze y Guattari, 1976/2006, p.20).

IV. Referencias Bibliográficas

- Araújo, A. (2013). Todos los tiempos, el tiempo. Montevideo: Psicolibros. *Revista Psicología, Conocimiento y Sociedad* 4(1), 159 - 168.
<https://www.redalyc.org/pdf/4758/475847268008.pdf>
- Assange, J., Appelbaum, J., Muller-Maguhn, A. y Zimmermann, J. (2013). *Criptopunks. La libertad y el futuro de Internet*. Trilce.
- Barrios Tao, H., Díaz Pérez, V. y Guerra, Y. (2020). Subjetividades e inteligencia artificial: desafíos para 'lo humano'. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*, (47), 81-107.
<https://www.redalyc.org/journal/2911/291166073004/291166073004.pdf>
- Baudrillard, J. (2009). *La Sociedad de Consumo: Sus Mitos, Sus Estructuras*. Siglo XXI. Trabajo original publicado en 1970
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- BBC Mundo News (30 junio de 2014). *La polémica por la manipulación emocional de Facebook*.
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/06/140630_tecnologia_facebook_experimento_emociones_criticas_lv
- Benasqyag, M., Pennisi, A. (2023). *La inteligencia artificial no piensa (el cerebro tampoco)*. Prometeo.
- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad*. Traficantes de sueños.
- Berardi, F. (2016). *Generación post alfa*. Tinta Limón.
- Carr, N. (2014). *Atrapados*. Taurus.
- Chomsky N., García Albea J.E.; Gómez Mompert J.L. Domenech A. y Comas d' Argemir D. (2002). *Los límites de la globalización*. Ariel Practicum.
- Cipriano, M. (2011). Apuntes sobre fotografía, redes sociales y subjetividad. *El Psicoanalítico*. (6), 131 -138. <https://www.elpsicoanalitico.com.ar/num6/ep-6.pdf>
- Constante, A. y Chaverri R. (2020). *La siliconización de la subjetividad: Reflexiones en la nube*. Navarra.
- Cukier, K., Mayer-Schonberger V. y Vericourt, F. (2021). *Framers: La virtud humana en la era digital*. Turner.
- Davies W. (2015). *La industria de la felicidad: Cómo el gobierno y las grandes empresas nos vendieron el bienestar*. Malpaso
- Deleuze, G. (1989a). ¿Qué es un dispositivo?. En E. Balbier, G. Deleuze, H.L. Dreyfus, M. Frank, A. Glucksmann, G. Lebrun, R. Machado, J.-A Miller, M.

- Morey, J. Ranch man, R. Rorty, F. Wahl y otros. *Michel Foucault, filósofo*, (pp. 155-163). Gedisa.
- Deleuze, G. (1989b). *El pliegue: Leibniz y el Barroco*. Paidós
- Deleuze, G. y Guattari F. (2006). *Mil mesetas Capitalismo y esquizofrenia*. Trabajo original publicado en 1976. Pre-Textos
- Fabela J.A. (2022). Identidades y redes sociales en tiempos de la posmodernidad en E. Pérez y A. V Rodríguez. *Jóvenes Online: Entornos y Métodos para el Análisis Social. Cuaderno de trabajo*. (pp.105- 125). Universidad Nacional Autónoma de México.
- https://seminariojuventud.sdi.unam.mx/media/attachments/2023/01/17/cuaderno_onlife_final.pdf
- Fagua, A. L. F., y Pacheco, J. C. N. (2020). Internet of things, reality of a connected world. *Visión Electrónica*, 14(2), 264-270.
- <https://doi.org/10.14483/22484728.16783>
- Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., Luetge, C., Madelin, R., Pagallo, U., Rossi, F., Schafer, B., Valcke, P., y Vayena, E. (2018). Soft ethics and the governance of the digital. *Philosophy & Technology*, 31(1), 1-32. <https://doi.org/10.1007/s13347-018-0303-9>
- Foucault, M. (1991). El juego de Michel Foucault en *Saber y verdad*. (pp.127-162). Las ediciones de la Piqueta. Trabajo original publicado en 1977
- Foucault, M.(1996). *Hermenéutica del sujeto*. Altamira. Trabajo original publicado en 1982
- Foucault, M. (1998). *Historia de la sexualidad 2: El uso de los placeres*. Siglo XXI.
- Foucault, M. (2005). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI. Trabajo original publicado en 1966
- Foucault, M. (2007). *La voluntad de saber*. Siglo XXI. Trabajo original publicado en 1976
- Gómez, H. F. A. (2013). Desinformación en Internet y hegemonía en redes sociales. *Gestión de las Personas y Tecnología* 5(16), 26 -34.
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4759721>
- Guattari, F. (1995). *Cartografías del deseo*. La Marca.
- Guattari, F. (2006). *El devenir de la subjetividad*. Dolmen
- Guattari, F. y Rolnik, S. (2006). *Micropolítica. Cartografías del deseo*. Traficantes de sueños.
- Hidalgo, J. (2019). La economía del panóptico: La experiencia de la mirada y las identidades en la era digital. En J. Sánchez, y D. Martínez (Coords.), *Viralidad. Política y estética de las imágenes digitales*. (pp.75-104). Gedisa.

- Heredia, J. M. (2012). Dispositivos y/o agenciamientos. *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía*, 19(1), 83-101.
<https://doi.org/10.24310/contrastescontrastes.v19i1.1080>
- Lanier, J. (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Debate
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Anagrama.
- Lipovetsky, G. y Serroy J. (2009), *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama.
- Museo Malba (2024, 17 abril). "Conferencia Inteligencia artificial generativa: un crimen contra la condición humana -Por Éric Sadin" [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=0MYePfKdQ0E>
- McLuhan M. y Powers B.R (2015). *La aldea global*. Barcelona: Gedisa Editorial
Psicolibros Universitarios. Trabajo original publicado en 1964
- McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Moreno, J. (2014). *La infancia y sus bordes*. Paidós.
- Murdochowicks, R. (2008), *La generación multimedia: Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Paidós.
- Open, AI (2024). CHAT GPT. (versión del día 29 de agosto 2024). [Modelo de lenguaje extenso]. <https://chat.openai.com/>
- Paniagua E. (2023). Error 404. ¿Preparados para un mundo sin internet?. Debate Panóptico. (3 de septiembre de 2024). En Wikipedia.
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Pan%C3%B3ptico&action=history>
- Periodismo Puro. (2023, 18 junio). Éric Sadin: "Es interesante ver hoy que hay ingenieros en AI que están arrepentidos" [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=scWNiTGtZZ0>
- Ramírez Grajeda, B., y Anzaldúa Arce, R. E. (2014). Subjetividad y socialización en la era digital. *Argumentos*, 27(76), 171-189.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59537777009>
- Red Angostura (2020). Identidad sin persona. *Revista Argentina de Sociología*, 4(6), 160-163. <https://redangostura.org.ve/archivos/4081>
- Ríos, R. H. (2023). Tecnología y dispositivos de poder: máquinas, mega máquinas y micromáquinas. *Theoría. Revista Del Colegio De Filosofía*, (45), 29 - 48.
Disponible en: <https://doi.org/10.22201/ffyl.29544270e.2023.45.1869>
- Rolnik, S. (2005). Identidades prêt-à-porter. En D. Najmanovich, *El Juego de los Vínculos*, (pp. 115-123). Biblos.
- Sadin, E. (2021). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo: Anatomía de un anti humanismo radical*. Caja Negra.

- Sánchez, J. A. y Martínez, D. (2019). Capitalismo digital y viralidad. En J. Sánchez, y D. Martínez (Coords.). *Viralidad: Política y estética de las imágenes digitales*, (pp.17-30). Gedisa.
- Saura, G. y Bolívar, A. (2019). Sujeto académico neoliberal: Cuantificado, digitalizado y bibliometrificado. *Revista Iberoamericana Sobre Calidad Eficacia y Cambio En Educación*, 17(4), 9-26. <https://doi.org/10.15366/reice2019.17.4.001>
- Schlemenson, S. y Grunni, J. (2014). *Adolescentes y problemas de aprendizaje: Escritura y procesos de simbolización en márgenes y narrativas*. Paidós.
- Suárez, B. (2019). El fragmentado sujeto: La subjetividad en la era de los dispositivos digitales. *deSignis Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica*, 30, 45-52. <https://doi.org/10.35659/designis.i30p45-52>
- Suarez, J. L. (2023). *La condición digital*. Trotta.
- Terranova, T. (2018). Marx en tiempos de algoritmos. *Revista Nueva Sociedad*. 277, 81-101.
<https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articul30/marx-en-tiempos-de-algoritmos>
- Vespucchi, G. (2006). Amor líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. *Revista Argentina de Sociología*, 4(6),160-163.
<https://www.redalyc.org/pdf/269/26940608.pdf>
- Vivas, F. (2023). *¿Cómo piensan las máquinas?: Inteligencia artificial para humanos*. Galerna.
- Zuazo, N. (2015). *Guerras de internet*. Debate.