

Redes sociales y *big data*: algunas consideraciones sobre sus implicaciones sociales

Social networks and *big data*: some considerations about their social implications

Willey Peñuela¹ 

Universidad de Carabobo, Valencia, Venezuela
willeyrpl@gmail.com

Recibido: 30/4/2025

Aceptado: 25/6/2024

RESUMEN

El avance tecnológico, especialmente de las redes sociales gestionadas por grandes corporaciones, plantea desafíos significativos a los Estados-nación en su intento por regular su impacto. Estas plataformas, a través de algoritmos y tecnologías avanzadas, afectan profundamente la interacción social y emocional de los usuarios. A pesar de los esfuerzos en América Latina para gestionar la seguridad de los datos, persisten brechas regulatorias que no abordan adecuadamente la manipulación social mediante *big data*. La empresa Meta, por ejemplo, amplía su control sobre la información sin que los usuarios sean plenamente conscientes de ello. Esto resalta la urgencia de un debate ético sobre el poder y la influencia de las corporaciones digitales en la sociedad contemporánea, así como su efecto en la identidad personal, lo que implica la necesidad de desarrollar marcos regulatorios más robustos y conscientes.

Palabras clave: redes sociales, *big data*, regulación, identidad digital, control social

ABSTRACT

Technological advancement, especially in social media managed by large corporations, poses significant challenges to nation-states, which struggle to regulate their impact. These platforms, through algorithms and advanced technologies, deeply affect the social and emotional interaction of users. Despite the efforts in Latin America to manage data security, regulatory gaps persist that do not adequately address social manipulation using *big data*. Meta, for example, expands its control over information without users being fully aware of it. This highlights the urgency for an ethical debate on the power and influence of digital corporations in contemporary society, as well as their effect on personal identity, which implies the need to develop more robust and conscious regulatory frameworks.

Keywords: social media, *big data*, regulation, digital identity, social control

¹ Licenciado en Educación mención Lengua y Literatura, Licenciado en Psicología mención Clínica. Doctorando en Ciencias Sociales. Editor y corresponsal en medios de comunicación nacionales e internacionales. Voluntario de la consulta externa de psicología en el Hospital Psiquiátrico de Bárbula. Profesor de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo.

Introducción

El mundo actual y la evolución exponencial de las tecnologías de la información suponen enormes y desiguales desafíos para los Estados nación y otras entidades de poder en el mundo. Las plataformas digitales, conocidas como “redes sociales”, gestionadas por destacadas empresas globales de interacción digital y manejo de datos, tienen impactos directos en el comportamiento social, la interactividad humana, el mundo expresivo y la emocionalidad. La dinámica psicológica derivada del uso de estas herramientas resulta, cuando menos, un tema de gran interés social.

Los departamentos altamente especializados que operan tras bastidores en estas corporaciones mundiales diseñan algoritmos y recursos innovadores que tienen repercusión directa en diversos mercados y en la vida social –y personal– de sus usuarios. Los diseños o conceptos que cada una de esas empresas crea se implementan en las redes sociales según los intereses corporativos, con una velocidad significativamente mayor que la capacidad de un parlamento para regular el impacto de la comunicación digital en áreas específicas.

Algunas normas que considerar

La percepción que se obtiene al revisar algunas regulaciones estatales –que se mencionarán en adelante– sobre la actividad digital es que, mientras las nuevas corporaciones de comunicación se mueven en trenes de alta velocidad, los entes regulatorios nacionales van en carreta con dos caballos cansados.

Cuando se trata de los países de América Latina, eufemísticamente denominados “en vías de desarrollo”, el asunto es todavía más complejo. A pesar de las variantes y desigualdades, generalmente las naciones de la región padecen con mayor rigor las trabas del burocratismo. Pese a lo anterior, en varios de estos países existen normativas específicas que abordan la gestión, seguridad y privacidad de los datos personales.

Por ejemplo, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos incorporó en junio de 2009, mediante una reforma, un párrafo a su artículo 16; modificación que fue concebida para proteger el derecho que tienen los ciudadanos de ese país a acceder, rectificar, cancelar y oponerse al uso de sus datos personales. Lo anterior representa una actualización del marco jurídico del país en respuesta al desarrollo de diversas dinámicas en el manejo de la información, que llamaron la atención de los legisladores mexicanos y los llevaron a implementar transformaciones para la protección de sus ciudadanos.

El Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales de México destaca la existencia de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP), vigente desde el año 2010, para regular los datos personales en el sector privado, y la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados (LGPDPSO) para el sector público. Ambos instrumentos jurídicos rigen el tratamiento de datos personales por parte de las entidades que los almacenan.

La Comisionada del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), Josefina Román Vergara, participó el 18 de mayo de 2024 en el Foro Hiperdigitalización y Futuro de la Protección de los Datos Personales, organizado por la Cámara de Diputados de México. En este evento, destacó la necesidad, que considera imperativa, de reformar la ley de protección de datos personales y ajustarla a los tiempos actuales:

Es medular la protección de los datos personales; no puede haber legislación en materia de ciberseguridad, de Inteligencia Artificial, de neuroderechos, si no ponemos el énfasis en el derecho humano, que en México reconoce la Constitución, como el derecho humano a la privacidad y a la protección de los datos personales. (Román, 2024, documento en línea)

Legalmente, en México, los administradores públicos y privados de datos personales deben desarrollar políticas de protección basadas en los principios de licitud, consentimiento, información, calidad, finalidad, lealtad, proporcionalidad y responsabilidad. Según la legislación vigente, los datos personales deben utilizarse, en ese país, únicamente para los fines informados al titular en el aviso de privacidad y con su consentimiento.

Dadas las dimensiones territoriales, económicas y la importancia geopolítica de Brasil en la región, también haremos referencia al marco jurídico regulatorio de este país en materia de protección de datos personales. En la nación amazónica está vigente, desde febrero de 2020, la Ley General de Protección de Datos (LGPD), que establece los principios, derechos y obligaciones para el tratamiento de datos personales por parte de entidades públicas y privadas. Entre sus disposiciones, la ley establece que las empresas deben obtener el consentimiento de los usuarios para recopilar y procesar sus datos personales, garantizar la seguridad de esta información y permitir a los usuarios acceder, corregir y eliminar sus datos personales.

En Argentina, existe desde octubre del año 2000 la Ley de Protección de Datos Personales, misma que no ha sido actualizada desde entonces. El 29 de junio de 2023 se presentó ante el Congreso de la República Argentina un nuevo proyecto de ley para actualizar este instrumento jurídico; sin embargo, hasta la fecha, sigue siendo solo un proyecto. Por su parte, en Chile se ha estado trabajando desde el año 2022 en una propuesta de reforma a la ley 19.628 sobre "Protección de Datos de Carácter Personal", vigente desde 1999; no obstante, esta modificación legislativa aún no se ha concretado.

En Costa Rica, se promulgó la Ley N° 8968 de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, publicada en el Diario Oficial La Gaceta el 5 de septiembre de 2011. Desde noviembre del año 2022, legisladores y activistas de ese país han intentado llevar a cabo modificaciones y actualizaciones a esta ley, pero hasta ahora sus intenciones no han tenido efecto en el marco jurídico vigente. Paraguay, por su parte, a partir de iniciativas ciudadanas, ha estado construyendo desde el año 2021 una propuesta de Ley de Protección de Datos Personales, que hasta el momento no ha avanzado con suficiente fuerza en los órganos legislativos.

En un contexto diferente, en el año 2018, Alemania aprobó la "Network Enforcement Act", conocida como la ley alemana de redes sociales. Esta ley fue propuesta por Angela Merkel para combatir las noticias falsas y los discursos de odio en el país. Las grandes plataformas aceptaron esta regulación y ha estado en funcionamiento en Google, Meta (Instagram, Facebook y WhatsApp) y X (anteriormente Twitter) desde hace casi seis años.

Por su parte, España aprobó en julio de 2023 una normativa que entró en vigor durante el primer trimestre de 2024 y que se enfoca en regular a los creadores de contenido que tengan más de dos millones de seguidores o que facturen 500.000 euros o más al año; mientras tanto, Italia se encuentra debatiendo medidas similares. Llama la atención que estas normativas se dirigen principalmente a regular a los usuarios y hacen poco énfasis en la regulación de las corporaciones respecto a la transparencia en el manejo de datos y las innovaciones aplicadas a los algoritmos.

En diciembre de 2023, la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea alcanzaron un acuerdo sobre una futura ley (no implementada) que regularía el desarrollo

de la inteligencia artificial en Europa. El citado acuerdo aborda aspectos fundamentales de la aplicación de la inteligencia artificial con matices y enfoques particulares. Por el momento, se trata de un acuerdo político sin carácter vinculante hasta que el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea decidan darle curso legislativo. La Ley Europea de Inteligencia Artificial fue aprobada el 13 de marzo de 2024 por la Eurocámara y todavía está en revisión. Esta ley se suma a la Ley de Servicios Digitales (DSA) y a la Ley de Mercados Digitales (DMA).

Mediante un comunicado oficial emitido en diciembre de 2023, la Comisión Europea informó que el instrumento jurídico prevé prohibir "los sistemas de reconocimiento de emociones utilizados en el lugar de trabajo", así como los sistemas de categorización biométrica que se basan en creencias políticas, religiosas, filosóficas, o en la raza y orientación sexual de las personas. Además, si se implementa el acuerdo político, estarán prohibidas las aplicaciones digitales:

que manipulan el comportamiento humano para eludir el libre albedrío de los usuarios, como juguetes que utilizan asistencia de voz para fomentar comportamientos peligrosos de menores o sistemas que permiten la "puntuación social" por parte de gobiernos o empresas, y ciertas aplicaciones de vigilancia policial predictiva. (2023, documento en línea)

El acuerdo político europeo es el primero y único en el mundo que contempla aspectos específicos para regular el desarrollo de las corporaciones digitales que manejan información. No obstante, es importante destacar algunos matices de lo que hasta ahora es un acuerdo no vinculante: se prohíben los sistemas de reconocimiento de emociones utilizados "en el lugar de trabajo", pero no se menciona nada sobre los sistemas de reconocimiento de emociones utilizados fuera de este contexto. Esto sugiere que la posible regulación europea no está tan enfocada en proteger a los usuarios, sino más bien en atender a circunstancias específicas.

Además, en Europa ya está en funcionamiento el Reglamento de Servicios Digitales, el cual, según el documento web de la Comisión Europea:

regula los intermediarios y plataformas en línea, mercados, redes sociales, plataformas de intercambio de contenidos, tiendas de aplicaciones y plataformas de viajes y alojamiento en línea. Su principal objetivo es prevenir las actividades ilegales y nocivas en línea, así como la difusión de desinformación en los Servicios Digitales (DSA) de Europa. (2023, documento en línea)

Al revisar la situación legislativa en algunas naciones de América Latina en relación con las herramientas de interacción digital, es relevante mencionar la Ley sobre Delitos Informáticos de Chile. Esta ley contiene disposiciones destinadas a proteger los datos de los usuarios en el ámbito digital y ha experimentado algunas reformas; sin embargo, ninguna de ellas aborda regulaciones específicas sobre el reconocimiento de emociones, la predicción de comportamientos o la categorización de grupos humanos con fines políticos o comerciales.

Además, después de una búsqueda exhaustiva y detallada, es importante destacar que ninguno de los países de América Latina cuenta con un marco jurídico que aborde o regule los aspectos más específicos del desarrollo de la inteligencia artificial o los usos más sofisticados de *big data*, tanto actuales como futuros.

En efecto, en gran parte de la región existe un marco jurídico que se refiere a la protección de los datos personales. En la mayoría de los países, las regulaciones incluyen tanto al sector público como al privado, y, en varios de ellos, la protección de datos tiene rango constitucional. A pesar de esto, la falta de regulaciones específicas y las características geopolíticas de la región

develan que las naciones están lejos de imponer condiciones a las empresas hegemónicas que controlan millones de datos sobre muchos de sus ciudadanos.

Respecto a lo que alerta García Canclini (2020) sobre la modificación social generada por el uso masivo de estas herramientas, es importante destacar que ninguno de los marcos jurídicos de América Latina dedica algún artículo a la incidencia de las nuevas tecnologías en los comportamientos sociales mediante la persuasión organizada y masiva que el *big data* es capaz de llevar a cabo.

En cuanto a los intentos por regular la operación de las redes sociales en América Latina, Brasil destaca con su propuesta de Ley "PL Fake News", también conocida como Ley de Noticias Falsas. Este proyecto de ley, que se ha estado elaborando desde el año 2020 y aún no ha sido aprobado, estipula la obligación de las empresas de presentar informes de transparencia y prevé posibles multas y responsabilidades para ellas en caso de circulación de noticias falsas.

El 1 de mayo de 2023, Porto Alegre fue sede de protestas en contra de esta ley. Días antes, la gigantesca empresa Google y otras grandes corporaciones publicaron una noticia principal en contra del proyecto de ley ante millones de usuarios brasileños. El Gobierno de Brasil rechazó la campaña iniciada por Google y anunció la apertura de una investigación contra la empresa, calificando su estrategia como una "campaña abusiva y engañosa".

Ante lo expuesto, es importante destacar que el proyecto regulatorio en Brasil se enfoca, principalmente, en la veracidad de la información que circula en internet, prestando atención a los fenómenos sociales y políticos derivados de la difusión de información falsa. No obstante, este proyecto legal no tiene como objetivo establecer normas sobre cómo las corporaciones detrás de las redes sociales clasifican los datos relacionados con pensamientos, palabras utilizadas, reacciones emocionales, sentimientos experimentados y comportamientos de cada uno de sus usuarios. Tampoco aborda cuestiones relacionadas con posibles intentos de acceder a la información personal e íntima de millones de brasileños.

Por otro lado, al considerar el caso de las movilizaciones sociales en Brasil contra la propuesta de ley y las protestas sociales en Alemania antes de la aprobación del mencionado instrumento jurídico, es común que, en distintos países, algunos sectores sociales se opongan a las regulaciones, acusando que se pretende limitar la libertad de expresión. Esto resulta llamativo, ya que cualquier Estado que pretenda regular el funcionamiento de las interacciones digitales puede establecer normas para ejecutarlas de acuerdo con sus intereses políticos o para censurar mensajes que puedan resultar perjudiciales para el orden establecido, por injusto que sea. Sin embargo, también puede hacerlo para proteger la paz, por ejemplo, censurando discursos xenófobos, racistas, fascistas y genocidas. Por lo tanto, gran parte de la importancia política radica, desde el punto de vista del derecho, en las especificidades de la norma y, definitivamente, el matiz político depende de su ejecución práctica concreta.

A continuación, se mencionan algunos desarrollos tecnológicos recientes de una de las principales empresas internacionales en el manejo de datos: Meta. Fundada originalmente bajo el nombre Facebook en el año 2004, adoptó en 2021 su nuevo nombre y se convirtió en un conglomerado que incluye otras grandes empresas de redes sociales como Facebook, Messenger, Instagram y WhatsApp. Al final del año 2023, contaba con 3.190 millones de usuarios activos en al menos una de estas redes, según el informe anual presentado por la empresa en febrero de 2024.

En los últimos años, Meta ha desarrollado tecnologías específicas y altamente especializadas en al menos cuatro ámbitos para lo que denomina manejo inteligente del *big data*. En primer lugar, se desarrolla e implementa la Inteligencia Artificial de Meta, que busca, entre otras cosas, la personalización de noticias y la detección de contenido inapropiado. En segundo lugar, se ha creado Meta Data Center Fabric, para lograr infraestructuras de datos más eficientes y manejar volúmenes aún mayores de información generada por sus usuarios. Asimismo, se están ejecutando proyectos de realidad virtual y aumentada con miras a transformar notablemente la interacción digital entre usuarios y recopilar datos con mayor especificidad (Corporación Meta, 2024, documento en línea).

Como cuarto aspecto destacado para este estudio, Meta desarrolla una inteligencia social que emplea técnicas avanzadas de análisis de datos para comprender las tendencias y comportamientos de los usuarios en su red social. Entre estas técnicas se incluyen el análisis de sentimientos, la identificación de patrones de comportamiento y la predicción de tendencias. Cabe destacar que Meta, al igual que otras grandes corporaciones que manejan datos personales, introduce nuevas tecnologías y ajustes sin que los usuarios estén al tanto de dichas innovaciones (Corporación Meta, 2024, documento en línea).

Del texto al contexto: algunas interrogantes necesarias

A partir de lo anterior, surgen algunas interrogantes: ¿puede, acaso, un usuario brasileño de Facebook acceder, corregir y eliminar sus datos personales en la plataforma? ¿Tiene la posibilidad de conocer las estadísticas de sus registros emocionales en la misma? ¿Puede un mexicano acceder a la identificación de sus patrones de comportamiento? ¿Está la empresa Meta interesada en cumplir con los principios de licitud, consentimiento, información, calidad, finalidad, lealtad, proporcionalidad y responsabilidad establecidos por la legislación mexicana para los usuarios de plataformas digitales? Y una pregunta crucial, aunque evidente: ¿las grandes empresas de tecnología digital desarrollan sus procesos tecnológicos conforme a las regulaciones estatales de los países en los que operan? ¿O, más bien, los países reaccionan tímidamente ante la avasallante y veloz actuación de las corporaciones tecnológicas de la industria cultural?

En el prólogo del libro *Big data: Desafíos también para el Derecho*, publicado por Hoffmann-Riem en 2018, Antonio López Pina plantea lo siguiente:

(...) la digitalización va a conllevar muchos desarrollos que no estamos en situación de prever; y, si bien, darán lugar a considerables oportunidades de cambios y de mejora de las condiciones de vida, van también a comportar riesgos. La digitalización puede poner en peligro la libertad individual, la observancia de los principios del Estado de Derecho, la capacidad de funcionamiento de la democracia, la protección frente a la discriminación y, sobre todo, la dirección inconsciente en los ámbitos tanto personal como político digamos, en las elecciones o en la manipulación de la opinión pública. El libro trata de responder a la pregunta, de si y hasta qué extremo es necesario acompañar tales desarrollos de la regulación jurídica- sin perjuicio, de preservar la iniciativa privada, así como la posibilidad de una realización económico- privada de tareas concernientes a bienes públicos. (2018, p. 34)

Con lo anterior, es evidente que las posturas críticas frente al avasallante desarrollo de los medios digitales han sido abordadas por diversas disciplinas, incluido el derecho. En este campo, se busca crear instrumentos regulatorios que permitan un equilibrio entre la necesidad de normar y el objetivo de no perjudicar en gran medida a las empresas sujetas a dichas regulaciones.

El investigador y autor surcoreano Byung Chul-Han (2014) define al *big data* como:

un instrumento psicopolítico muy eficiente que permite adquirir un conocimiento integral de la dinámica inherente a la sociedad de la comunicación. Se trata de un conocimiento de dominación que permite intervenir en la psique y condicionarla a un nivel prerreflexivo. (2014, p. 25)

En su obra *Psicopolítica*, el autor mencionado expone las profundas complejidades que, en su opinión, surgen del desarrollo de tecnologías digitales basadas en el manejo de datos y en su utilización para el mercado capitalista mundial, así como para la sofisticación de distintas formas de control social. Respecto al registro masivo de las emociones de los usuarios digitales, Han plantea que el sistema socioeconómico ha ampliado significativamente sus posibilidades de acumulación desmedida de lucro:

El capitalismo del consumo introduce emociones para estimular la compra y generar necesidades. El *emotional design* modela emociones, configura modelos emocionales para maximizar el consumo. En última instancia, hoy no consumimos cosas, sino emociones. Las cosas no se pueden consumir infinitamente, las emociones, en cambio, sí. Las emociones se despliegan más allá del valor de uso. Así se abre un nuevo campo de consumo con carácter infinito. (2014, p. 72)

Sin embargo, el nuevo manejo de estas herramientas tecnológicas, además de suponer cambios considerables en el mercado mundial, tiene implicaciones directas en las relaciones humanas. Al respecto, García Canclini (2020) considera que Google, Apple, Facebook y Amazon, "al reformatear el poder económico-político, redefinen el sentido social: los hábitos, el significado del trabajo y el consumo, la comunicación y el aislamiento de las personas" (2020, p. 15).

García Canclini agrega que las empresas vinculadas al manejo de datos "no son sólo los mayores complejos empresariales e innovadores tecnológicos, también reconfiguran el significado de la convivencia y las interacciones. Destruyen el sentido de vivir juntos, según lo entendía la modernidad liberal" (2020, pp. 15-16).

En el año 2015, Gu *et al.*, publicaron el artículo científico *Sentiment Analysis for Topics based on Interaction Chain Model*, en el que presentaron un nuevo método de análisis de sentimientos basado en cadenas de interacción. Este método organiza los mensajes para encontrar temas comunes entre ellos y luego reclasifica las temáticas para evaluar el marco de sentimientos de cada usuario mediante un algoritmo de polaridad basado en análisis semántico. Los autores señalan que los resultados evidencian que el algoritmo heurístico propuesto es capaz de extraer temas significativos, lo que indica que el análisis de sentimientos es efectivo.

Este enfoque sobre el análisis de sentimientos se complementa con la perspectiva de Florencia Villa, integrante del Observatorio de Inteligencia Artificial de Argentina, quien destaca la creciente influencia de los datos emocionales en el mercado digital y su impacto en las estrategias de marketing. En su artículo titulado *La vida en la era de los datos emocionales* (2023), Villa considera que "los datos emocionales dominan la escena digital, por los procesos de identificación que se generan como tendencias en el mercado digital y marcando el ritmo a las estrategias de *marketing*" (documento en línea). La experta argentina advierte que:

la falta de regulación facilita la circulación de información irresponsable, generando confusión y promoviendo un entorno digital poco saludable. Además, los algoritmos juegan a favor de la persuasión, utilizando las emociones como herramienta y siendo parte de estrategias publicitarias. La mercantilización de las emociones ya es un hecho. (2023, documento en línea)

Este entorno de manipulación emocional y falta de regulación no solo contribuye a la mercantilización de las emociones, sino que también se ve reflejado en la escasa y desorganizada crítica social por parte de los usuarios hacia las empresas de redes sociales. Esta situación permite que los mecanismos de control operen de manera sutil y sofisticada. Como señala Han (2014), en lugar de recurrir a métodos agresivos como el daño físico o las amenazas, los aparatos de dominación de esta época ejercen su control a través de una presentación amigable y atractiva. Según el autor surcoreano, "la psicopolítica neoliberal está dominada por la positividad. En lugar de operar con amenazas, opera con estímulos positivos" (2014, p. 57).

Esta forma de control, que se manifiesta a través de una fachada amigable, se alinea con la concepción de Han sobre la psicopolítica neoliberal, la cual es distinguida como un sistema organizado que:

toma nota de los anhelos, las necesidades y los deseos, en lugar de «desimpregnarlos». Con la ayuda de pronósticos, se anticipa a las acciones, incluso actúa antes que ellas en lugar de entorpecerlas. La psicopolítica neoliberal es una política inteligente que busca agradar en lugar de someter. (2014, p. 57)

Además, en su análisis, Han insiste en la importancia de comprender cómo este sistema organizado se diferencia de enfoques anteriores y destaca que la psicopolítica neoliberal:

se apodera de la emoción para influir en las acciones a nivel prerreflexivo. Por medio de la emoción, llega hasta lo profundo del individuo. En este sentido, la emoción representa un medio muy eficiente para el control psicopolítico del individuo. (2014, p. 75)

Esta capacidad de la psicopolítica neoliberal para incidir en las emociones y acciones individuales plantea interrogantes sobre su potencial futuro, especialmente en relación con el uso del *big data*. Han alerta sobre otras posibilidades aún más profundas de cara al futuro cuando asegura, que "a partir del *big data* es posible construir, no sólo el psicoprograma individual, sino también el psicoprograma colectivo, quizás incluso el psicoprograma de lo inconsciente. De este modo sería posible iluminar y explotar a la psique hasta el inconsciente" (2014, p. 38). Las observaciones de este autor plantean serias interrogantes sobre la autonomía y la libertad en un mundo cada vez más digitalizado.

Sobre el concepto que Byung-Chul Han denomina "psicoprograma individual", es importante señalar que este se refiere a la forma en que nuestras interacciones digitales y comportamientos en línea son meticulosamente registrados y analizados, lo que permite una comprensión profunda de nuestra identidad y deseos. Han destaca que:

Hoy se registra cada clic que hacemos, cada palabra que introducimos en el buscador. Todo paso en la red es observado y registrado. Nuestra vida se reproduce totalmente en la red digital. Nuestro hábito digital proporciona una representación muy exacta de nuestra persona, de nuestra alma, quizá más precisa o completa que la imagen que nos hacemos de nosotros mismos. (2014, p. 93)

En complemento, el autor añade otras alertas sobre lo que denomina el "psicoprograma colectivo", es decir, las implicaciones sociales que operan detrás de las corporaciones que manejan grandes cantidades de información. Han destaca que "el *Big Data* no olvida nada" y lo contrasta con mecanismos pretéritos de ejercicio de la dominación al reflexionar lo siguiente:

En las elecciones estadounidenses, el *big data* y el *data mining** (exploración de datos) se muestran como el huevo de Colón. Los candidatos adquieren una visión de 360 grados

sobre los electores. Se recopilan enormes datos, incluso se compran e interrelacionan, de manera que se puedan generar perfiles muy exactos. De este modo también se adquiere una visión sobre la vida privada, incluso sobre la psique de los electores. Se introduce el *microtargeting* para dirigirse con precisión a los electores con mensajes personalizados y para influenciarlos. (2014, p. 95)

El autor identifica el *microtargeting* –entendido como la técnica detallada para influir en las decisiones de los usuarios– como la praxis de la microfísica del poder, además de ser descrito como “una psicopolítica movida por datos”. Señala que los algoritmos inteligentes diseñados por las corporaciones permiten hacer pronósticos sobre el comportamiento de los electores y optimizar los mensajes políticos y, además, Han sostiene que las alocuciones individualizadas se están volviendo indistinguibles de los anuncios personalizados, lo que lleva a una creciente similitud entre el acto de votar y el de comprar, así como entre el Estado y el mercado, y entre el ciudadano y el consumidor. En tal sentido, el *microtargeting* se establece como una práctica común dentro de la psicopolítica.

La cuestión identitaria mediada por la virtualidad y el inconsciente

En las líneas anteriores se ha expuesto que los usuarios de las sofisticadas plataformas digitales cumplen un rol eminentemente pasivo ante estructuras que están bien delimitadas y poco o nada vulnerables en su interés fundamental: obtener información sobre cada detalle. Sin embargo, el usuario, como ser humano ineludible, sigue siendo una subjetividad en el mundo digital.

Beatriz Muros (2011), en su artículo *El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online*, nos recuerda que “la construcción de nuestra identidad, tanto en el mundo real como en el virtual, depende de agentes sociales, culturales, físicos, psicológicos, etc.” (2011, p. 54). La autora considera, además, que la identidad virtual que cada usuario desarrolla paulatinamente “no es más que un resultado adaptativo del individuo a las nuevas circunstancias y a la naturaleza del contexto –la red, las redes sociales, las comunidades virtuales marcan sus propios protocolos”. Asimismo, estima que “en la identidad virtual confluyen tanto fenómenos de identidad colectiva (que me asemejan o alejan del grupo) como individual o personal (identificándonos con diferentes identidades)” (2011, p. 54).

Muros (2011) propone, además, un interesante planteamiento en relación con la teoría psicoanalítica al considerar que “en la red, adoptamos la identidad que aparece en nuestra pantalla e incluso nos apropiamos de ella, consciente o inconscientemente, identificándonos con ella” (2011, p. 52). Al mismo tiempo, destaca que su afirmación está en consonancia con las teorías de Lacan, basadas en Freud y Wallon, y su concepto del espejo, donde la imagen reflejada simboliza la conciencia unificada del individuo: el yo, que, a pesar de ser una creación del inconsciente, representa una percepción ilusoria de nuestra identidad.

Juárez y Mañoso (2021), en su artículo titulado *La manipulación de la identidad y perfiles virtuales en las redes sociales*, señalan que las personas, por lo general, buscan presentar a los demás una imagen idealizada de sí mismas, lo que implica ocultar ciertos aspectos de su realidad en sus interacciones. Esto se traduce en un cambio en su representación personal, ya que tienden a mostrar solo los aspectos positivos de sus vidas en las redes sociales. A juicio de las autoras, “lo mismo ocurre en las redes sociales virtuales cuando, por ejemplo, solo mostramos las cosas agradables que nos suceden” (2021, p. 78).

A través de la lectura de las referidas autoras podemos reflexionar acerca del rol que juegan las nuevas tecnologías en las subjetividades sociales. Estas no son meras herramientas para

comunicar; se están convirtiendo en una parte cada vez más protagónica de las interacciones humanas, modificándolas tanto en forma como en fondo. Al respecto, las autoras señalan que:

Creemos y formamos parte de grupos con gustos similares, y un porcentaje de nuestra identidad social viene definido por la pertenencia a esos grupos sociales, y las derivaciones psicológicas o emocionales de esa pertenencia. Por lo tanto, si nos sentimos cómodos en esos grupos permanecemos en ellos, bien porque nos guste la oferta que brinda ese grupo, bien porque, aunque nos haya dejado de gustar, seguimos obteniendo algún beneficio de él. (2021, p. 78)

Las aportaciones de Han (2014) son notablemente valiosas, ya que en su obra *Psicopolítica* sostiene que la microfísica del *big data* haría visibles microacciones que escapan a la conciencia. El autor advierte, entonces, que:

(...) el *Big data* podría poner de manifiesto patrones de comportamiento colectivos de los que el individuo no es consciente. De este modo se podría acceder al inconsciente colectivo". En analogía con el «inconsciente óptico», se podría denominar como inconsciente digital al entramado microfísico o micropsíquico. La psicopolítica digital sería entonces capaz de apoderarse del comportamiento de las masas a un nivel que escapa a la conciencia. (2014, p. 98)

Ahora bien, si las plataformas más destacadas alcanzan, en conjunto, a más de 4.000 millones de individuos, cada uno de los cuales aporta información valiosa mediante palabras, reacciones emocionales, preferencias, gustos y disgustos, así como atracciones y rechazos, afirmaciones públicas e intereses privados (toda esta información es almacenada en enormes servidores cuya capacidad memorística supera con creces –al menos en datos– la capacidad personal de recordar), es evidente que dichas herramientas tienen la capacidad de perfilar a las personas, incluso más allá de su propia conciencia.

De este modo, todo lo anterior se constituye como un fenómeno humano con implicaciones comunicacionales, tecnológicas, científicas, culturales y sociales que requieren atención a la dimensión ética. ¿Tenemos los usuarios conciencia del poder de control que ejercen las grandes corporaciones digitales contemporáneas sobre sus servidores y algoritmos en la industria cultural? ¿Las universidades, escuelas de comunicación, departamentos de filosofía, centros de estudios y comités de usuarios advierten sobre las implicaciones sociales (y por lo tanto humanas) de estos fenómenos?

A modo de conclusión

La presente indagación, entonces, apunta hacia una caracterización de las implicaciones que tiene el desarrollo de las tecnologías digitales y el posicionamiento que los Estados-nación adoptan frente a este fenómeno. El poder y las posibilidades de las empresas que manejan datos resultan enormes en comparación con el modesto modo de operar de los entes regulatorios, incluso en los países con normas más actualizadas, quienes se encuentran en una profunda desventaja. Aún más preocupante es la situación de las naciones cuyo rol geopolítico más relevante es proveer materias primas a las naciones más desarrolladas, sin perder de vista la masiva simpatía de la que gozan estas empresas por parte de sus usuarios.

En síntesis, las implicaciones sociales de estos fenómenos incluyen: la desventaja legislativa frente a la actualización permanente de los algoritmos y de las "normas comunitarias" de las redes sociales; la defensa que hacen algunos usuarios de dichas herramientas para que no sean reguladas; la "consideración" de algunos Estados-nación para con las empresas, de modo

que se pueda legislar sin afectar sus intereses corporativos; el desarrollo hiper-especializado de estrategias por parte de las corporaciones tecnológicas para obtener más información de cada usuario y diversificar el uso que se hace de esta, sin que el usuario advierta ni la cantidad de datos recopilados ni sus aplicaciones; la referida dinámica como un nuevo modo de poder y control social; la información como forma de conocimiento que puede utilizarse para influir en sociedades y personas sin que exista mayor conciencia de dicha influencia; y, por último, la forma en que estas plataformas inciden en la identidad de sus usuarios.

Este trabajo también pretende ser un llamado de atención a quienes se interesan por los asuntos sociales y las transformaciones generadas en los últimos años, de cara al futuro próximo, teniendo en cuenta que estamos ante nuevas formas de ejercicio del poder y, sobre todo, considerando que, en dicho ejercicio de poder, no abundan los debates éticos.

Referencias

- Comisión Europea (2023). *Comunicado de Comisión Europea acerca del acuerdo político sobre la Ley de Inteligencia Artificial*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_6473.
- Comisión Europea (enero 2024). *Resumen del Reglamento de Servicios Digitales*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_es.
- Corporación Meta (1 de febrero de 2024). *Informe de la empresa Meta sobre los resultados del cuarto trimestre y del año completo 2023*. https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2023/q4/Meta-12-31-2023-Exhibit-99-1-FINAL.pdf.
- Deutsche Welle (2 de mayo de 2023). *Brasil investigará campaña de Google contra proyecto de ley*. <https://www.dw.com/es/brasil-investigar%C3%A1-campa%C3%B1a-de-google-contra-pol%C3%A9mico-proyecto-de-ley/a-65487436>.
- El Comentario (18 de mayo de 2024). *Debe reforma a Ley de Datos Personales garantizar derechos humanos: INAI*. <https://elcomentario.ucol.mx/?p=91075>.
- García Canclini, Néstor (2020). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Calas.
- Gascón, Marta (11 de diciembre de 2023). *Lo que la inteligencia artificial ya no podrá hacer contigo: no podrá reconocer tus emociones en el trabajo*. <https://www.20minutos.es/tecnologia/inteligencia-artificial/inteligencia-artificial-usos-prohibidos-ley-union-europea-5197749/>.
- Gu, Ning; Sun, Duo-yong; Li, Bo y Li, Ze (2015, 7-9 de septiembre). *Sentiment Analysis for Topics based on Interaction Chain Model*. European Intelligence and Security Informatics Conference, Manchester, Reino Unido, pp. 133-136. DOI: 10.1109/EISIC.2015.23.
- Han, Byung-Chul (2014). *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang (2018). *Big Data. Desafíos también para el Derecho* (E. Knörr, Trad.). Aranzadi.
- Juárez, María y Mañoso Lidia (2021). *La manipulación de la identidad y perfiles virtuales en las redes sociales*. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 147, 69-80. DOI:10.16921/chasqui.v1i147.4384.
- Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (2010). (México). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPDPPP.pdf>.

Muros, Beatriz (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(2), 49-56. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=217019031004>.

Portal de Administración Electrónica del Gobierno español (11 de diciembre del 2023). *Ley de Inteligencia Artificial: el Consejo y el Parlamento Europeo llegan a un acuerdo sobre las primeras normas para regular la IA en el mundo*. https://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/pae_Actualidad/pae_Noticias/Anio2023/Diciembre/Noticia-2023-12-11-Ley-de-inteligencia-artificial-el-Consejo-y-el-Parlamento-Europeo-llegan-a-un-acuerdo-sobre-las-primeras-normas-en-el-mundo-para-regular-la-Inteligencia-Artificial.html.

Román, Josefina (18 de mayo de 2024). *Reforma a la Ley de Datos Personales debe garantizar derechos humanos*. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales. <https://home.inai.org.mx/wp-content/documentos/SalaDePrensa/Comunicados/Comunicado%20INAI-118-24.pdf>.

Villa, Florencia (10 de octubre de 2023). *La vida en la era de los datos emocionales*. <https://www.observatorioia.com.ar/la-vida-en-la-era-de-los-datos-emocionales/>.