

Internet es una cosa - Andén 89

por Juan Pablo Cedriani - jueves, marzo 08, 2018

<http://andendigital.com.ar/2018/03/internet-es-una-cosa-anden-89/>

A lo largo de su breve historia, la humanidad siempre se ha acoplado al mundo mediada, material y simbólicamente. La nuestra es una historia de mitos, religión y ciencia, tanto como de piedra, hierro y silicio. En los últimos cincuenta o sesenta años y especialmente a partir de la implementación de la *web 2.0* nuestros dispositivos de acoplamiento, digitales y concretos, se encuentran cada vez más conectados entre sí, al tiempo que continúan actuando de mediadores entre nosotros y el mundo (como articuladores), de a poco dejan ver su capacidad para apartarnos de el (para regular nuestro acceso) y eventualmente afectar directamente nuestras posibilidades de subsistencia.

ESTAS INICIATIVAS A
NIVEL HOGAREÑO, QUE
QUIZÁS PUEDEN PARECER
APENAS CURIOSIDADES
TECNOLÓGICAS DEL PRIMER
MUNDO, TIENEN
CORRELATOS DE MAYOR
INCIDENCIA SOCIAL QUE
PERMITEN VER CON MÁS
CLARIDAD LAS
CONSECUENCIAS DE ESTA
LÓGICA DE LA CONECTIVIDAD,
CONCEBIDA DESDE LOS
INTERESES DEL CAPITAL.

El *Echo Plus*, un parlante inteligente de Amazon, tiene siete micrófonos. La nueva *POWERbot VR7000*, una aspiradora autónoma de Samsung tiene sensores y cámaras que mapean y recuerdan cada rincón de nuestro hogar, pudiendo identificar objetos de hasta diez milímetros. Cualquier *smartphone* que tengamos a mano tiene al menos dos micrófonos, dos cámaras, sensores de proximidad, iluminación ambiente, acelerómetro, magnetómetro, GPS, podómetro, entre otros. Estos poquísimos ejemplos al azar deberían alertarnos de inmediato: los objetos a nuestro alrededor recopilan cantidades desmesuradas de información, mucha más de la que necesitamos e incluso más de la que los propios objetos necesitan para ejecutar las funciones *que los usuarios demandan*. Sin embargo frente a estos planteos, es habitual escuchar/leer a usuarios que desestiman la importancia del

problema de la privacidad en el mundo digital “porque a las megacorporaciones no les interesan las trivialidades cotidianas de sus vidas particulares”. Pese a ser lógico y acertado tal planteo, obtura dos aspectos que constituyen los motivos de indagación del presente escrito: por un lado, las consecuencias negativas de la implementación creciente e inminente de los *Digital Ecosystems*^[1] (*Ecosistemas digitales*) y la voraz inclusión de los usuarios en las relaciones de producción y reproducción de contenidos a condición de subsistir en estos nuevos ecosistemas, por otro lado.

Como pez en el agua

La noción de *Ecosistema digital* no es especialmente nueva, pero sí inminente. Para el 2020, Samsung ha anunciado la llegada definitiva de una gama de productos para el hogar, interconectados y conectados a la nube, gestionados a través de nuestro celular y coordinados por Bixby, el asistente digital con inteligencia artificial, desarrollado por la propia empresa. Google, LG, Sony, Amazon, Apple, por mencionar solamente algunas de las más conocidas, reproducen con sus propios dispositivos (interface material) y asistentes virtuales (interface digital) más o menos las mismas lógicas. Estas iniciativas a nivel hogareño, que quizás pueden parecer apenas curiosidades tecnológicas del primer mundo, tienen correlatos de mayor incidencia social que permiten ver con más claridad las consecuencias de esta lógica de la conectividad, concebida desde los intereses del *capital*. Tomemos por ejemplo la tienda de Amazon inaugurada recientemente^[2]. Las publicidades prometen poder comprar sin hacer filas, sin esperar, experimentar una fluidez angelical. En esta tienda, no hay cajeros y solamente se puede entrar exhibiendo a un lector un código *qr* desde la pantalla de nuestro celular. Una vez adentro, tomamos libremente las cosas de las góndolas y un ejército de cámaras conectadas a una “inteligencia artificial” debitan de nuestras cuentas bancarias el valor de los productos. Sin embargo, es también este aparataje digital y mecánico lo que decide que otros individuos no puedan acercarse a los productos. ¡Al fin! El capitalismo ejecutado perfectamente: no hay implementación técnica que nos muestre más burdamente que el eslabón humano irrita, da comezón, porque puede compadecerse, demorarse, entristecerse o sentir el absurdo. Y lo que pica debe ser rascado.

El hogar *inteligente* o la tienda de Amazon son apenas una muestra de lo que puede significar acoplarse a un ecosistema diseñado por intereses de megacorporaciones que como Alphabet (Google) en Ontario, Apple en Palo Alto o la misma Amazon en Seattle construyen pequeñas ciudades para concentrar decenas de miles de empleados que habitan literalmente dentro de la empresa.

La concentración de tierras, de tecnología (con sus patentes) y de datos tiene un impacto sin precedentes en la constitución de la vida en las sociedades, en general, y de los individuos, en particular.

VIVIMOS EN UNA ÉPOCA
DONDE LA VENTA DE LA
FUERZA DE TRABAJO ES
APENAS UNO DE LOS
PLANOS EN LOS QUE SE
PUEDE EXPRIMIR A UN
INDIVIDUO. HOY EL
VERDADERO PLUSVALOR
SE MINA DE LAS CONCIENCIAS
E INCLUSO MÁS: DE LAS
EXISTENCIAS DE LOS
INDIVIDUOS. ESO ES EL
BIG DATA: EXTRACTIVISMO.

Un mundo pequeño, como uno

Otra arista para interrogar las nuevas tecnologías es su capacidad para aprender de nosotros. Evidentemente los dispositivos se han vuelto inteligentes y han adquirido una potencia inusitada. La instantaneidad, la simultaneidad y la conectividad son consignas que han regido y rigen todo emprendimiento tecnológico de esta última época: desde la *app* oficial de la Estación espacial internacional para ver la transmisión de su recorrido por nuestra atmósfera en vivo y HD, hasta el nuevo *Diamond Clean Smart Toothbrush* de Philips, un cepillo de dientes inteligente que nos guía con una multiplicidad de sensores y conexión a internet, proyectando estadísticas en tiempo real en un espejo inteligente.

Ahora bien, cuando uno presta atención a las características que las empresas enumeran al hablar de sus aparatos inteligentes, “aprender” se encuentra entre las principales. ¿Pero aprender qué? Basta con ilustrarlo: cada vez más seres humanos recorren los alrededores de este planeta con sensores en sus cuerpos, en su auto, otra multitud en su casa y la interacción con ellos produce en todo momento datos y si algo escapa a este monitoreo, puede ser calculado a través de otros datos secundarios: rutas frecuentes, amistades, intereses, contraseñas, litros de agua tomados por día y hasta las series y películas que nos van a gustar en el futuro.

Desde la implementación de la *web 2.0*, los usuarios han ido incrementando su participación en la producción de contenidos de manera consciente e inconsciente. Vivimos en una época donde la venta de la fuerza de trabajo es apenas uno de los planos en los que se puede exprimir a un individuo. Hoy el verdadero plusvalor se mina de las conciencias e incluso más: de las existencias de los individuos. Eso es el *big data*: extractivismo. You Tube aprende de la música que nos interesa y nos sugiere más de lo mismo; Maps aprende nuestras rutas frecuentes y nos recuerda y sugiere repetirlas una y otra vez; Netflix nos sugiere series iguales

a las que ya vimos: nuestro mundo se vuelve cada vez más pequeño y cómodo, hasta la exasperación. Es un mundo de la mismidad, una zona de confort que, como una costra, se vuelve cada vez más sólida, más rígida y, sobre todo, más difícil de rascar.

El problema (urgente) con esto no es que luego todas estas empresas vendan esta información por cifras millonaria o que Bill Gates se dedique a leer nuestros correos, el asunto está en la capacidad a futuro (cercano) de estas empresas para regular la apertura de nuestro abanico de posibilidades, para diagramar un mundo hecho a medida, pero tan pequeño como uno.

[1] Por ecosistemas digitales entendemos la constelación de las redes de dispositivos, las estructuras que posibilitan su interconexión y el conjunto de relaciones que acontecen entre estos. Esta definición reúne los elementos esenciales presentes en la mayoría de las aproximaciones al tema. Para consultar bibliografía, las referencias de la entrada en wikipedia: Wikipedia contributors, *Digital ecosystem*. Consultado 2 de febrero de 2018, Disponible en https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Digital_ecosystem&oldid=822977393

[2] Concretamente, la tienda *Amazon GO* inauguró en Seattle, Estados Unidos el 22 de enero de 2018.

"Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copia a sus amigos; nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El Terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad". (Rodolfo Walsh)