

Nada es privado: 'Big data' como el nuevo Gran Hermano

LUCAS CRISAFULLI :: 16/08/2019

Cambridge Analytica no solo operó para que ganara Trump. En años anteriores venía ensayando este mecanismo en países periféricos como Argentina

En la vida cotidiana, tomamos constantemente elecciones y decisiones casi sin darnos cuenta, aunque la mayor parte de esas elecciones son racionales o, por lo menos, se nos presenta con una base de racionalidad. Así, cuando tenemos que ir al trabajo, se nos presentan las opciones de ir caminando, en colectivo o tomarnos un taxi. Hay un análisis racional que hacemos de manera muy veloz en base a la información que disponemos que terminan por convencernos en tomar una elección y no otra.

Por ejemplo, si es muy lejos la distancia entre mi casa y el trabajo, la opción de caminar no se presenta como la mejor, pero ese análisis solo puede hacerse si contamos con la información de la distancia entre mi casa y el trabajo. La segunda opción del taxi puede que no la elijamos por el precio. Nuevamente, implica contar con información (precio del taxi vs. precio del autobus). Casi por descarte, elegimos el colectivo como la mejor opción. Sin embargo, frente a un cambio de circunstancias, llegamos tarde, por ejemplo, ese dato nos hace modificar nuestra elección y decidimos otra, el taxi, en este ejemplo.

Ahora bien, ¿qué sucedería si alguien, conociendo toda esa información y operatoria mental que hacemos, tuviera el poder de modificar algunos de los datos para manipularnos a tomar una elección distinta? Por ejemplo, ¿qué sucedería si alguien tuviera el poder de adelantar todos los relojes de nuestra casa y hacernos creer que estamos llegando tarde? Seguramente, elegiríamos el taxi, pero esa decisión se basó en información falsa.

Este ejemplo, que parece un capítulo de la serie distópica *Black Mirror* o los temores de un paranoico, en realidad, ya existe y se llama 'big data'. De eso trata la película *Nada es privado* de los directores Karim Amer y Jehane Noujaim (el nombre original de la película es "The Great Hack", algo así como "El gran hackeo").

"*Nada es privado*" es un documental sobre el escándalo de las compañías "Cambridge Analytica" y "Facebook", y de cómo operaron para influir de forma ilegal (o, por lo menos, de manera poco ética) en las elecciones de EE.UU. en las que ganó el presidente Donald Trump en 2016 y en el referéndum en el Reino Unido que dio como resultado el Brexit (la salida del Reino Unido de la Unión Europea).

¿En qué consiste el hackeo?

En nuestra identidad virtual (redes sociales como Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, también en el mail y las veces que usamos el buscador de Google o escuchamos música), estamos incorporando información y datos todo el tiempo: cada vez que le decimos a Facebook dónde hemos ido a comer, dónde vivimos, en qué trabajamos, los "me gusta" que damos a páginas, fotos o memes, los posteos, todo, absolutamente todo es información. También cuando enviamos un mail, escuchamos una canción, buscamos una palabra en

Google, vemos una película e, incluso, las conversaciones privadas se transforman en datos. Cada una de esas informaciones se llama “data points”.

¿Qué hizo *Cambridge Analytica*?

Utilizó de forma ilegal en un acuerdo con Facebook toda esa información. La procesó a través de algoritmos matemáticos de forma que pudieran sacar el perfil psicológico de las personas y buscar los puntos débiles por dónde son influenciables. Se calcula que *Cambridge Analytica* tenía unos cinco mil data points de cada ciudadano norteamericano, es decir, cinco mil datos de cada persona.

Con el perfil de cada persona, construyó la categoría de personas influenciables y hacia ellas estaba dirigida el bombardeo de información. ¿En qué consistía? Se diseñaba contenido diferenciado para persuadirlos, el cual podía consistir en publicidad a favor de Trump, en fake news (noticias falsas) en contra de Hilary Clinton (sobre todo, diciendo que era corrupta). Se producían mensajes personalizados en aquellos aspectos de la personalidad que, según el 'big data', hacían posible manipular a esas personas.

En otras palabras, utilizó ilegalmente la información privada de los usuarios para manipularlos y hacer que vote por Donald Trump, el cliente de *Cambridge Analytica*.

Pero *Cambridge Analytica* no solo operó para que ganara Trump. En años anteriores, venía ensayando este mecanismo en países periféricos. Intervino en la campaña política de 2013 en Trinidad y Tobago a favor de la etnia india en desmedro de la población negra. Incitaron a parte del electorado a no emitir su voto. A través del (irónico) eslogan “Do So!” (“Hazlo”), la estrategia era apelar a la apatía de los jóvenes para que no votaran como una forma de resistencia a la clase política. La campaña tuvo mucha aceptación en representantes de ambos partidos, pero los analistas sabían que los electores afines a su cliente serían (por una cuestión cultural, eran indios) obligados por su padres a participar de la elección y harían la diferencia. ¿El resultado? Ganó la candidata que había contratado a *Cambridge Analytica* gracias a la abstención de la población joven del partido opositor.

¿Cómo nos toca esta película?

Mauricio Macri contrató a *Cambridge Analytica* para la campaña del 2015 y del 2017. Es decir, utilizó la información que los propios ciudadanos vuelcan en las redes sociales para manipularlos.

El trabajo sucio que hizo *Cambridge Analytica* en 2015 y 2017 consistió en llenar de publicidad, fake news, trolls (personas verdaderas con cuentas falsas), bots (robots con cuentas falsas), pero también medios hegemónicos de comunicación y periodistas afines para instalar una idea, básicamente, una campaña anti-kirchnerista.

Hay un dato muy curioso y casi paradójico sobre la película: la misma se puede ver en Netflix, pero, si lo hacemos desde una IP de Argentina, veremos casi dos minutos menos de lo que oficialmente la película tiene. En Argentina, el documental fue censurado en la parte que Alexander Nix, el CEO de Cambridge Analytica, admite ante el Parlamento británico que trabajó en Argentina en una campaña anti-kirchnerista para beneficiar a Macri. Es

decir, una película que habla sobre las formas sutiles de la censura se censura en Argentina para que los argentinos no nos enteremos de cómo hemos sido manipulados por nuestro gobierno.

¿De qué se trata esta forma de usar el 'big data'? Se trata de adulterar maliciosamente la información con la que contamos para que tomemos la decisión que más les convenga a los clientes de estas compañías de análisis de datos: puede ser para vendernos una mayonesa o un proyecto político. Cuando nos preguntemos cómo puede ser posible que personas elijan una opción política que los perjudique, hay que preguntarse cómo les fue brindada la información –según la personalidad de cada uno– para que tomen tamaña decisión. Si entre dos opciones se nos hace odiar una de ellas bombardeándonos con información todo el tiempo (en la radio, en la televisión, en las redes sociales, en el diario), no resulta ilógico, entonces, que decidamos optar por la otra opción, aunque no comulguemos con ella.

La película advierte –incluso a pesar de la censura– lo fácilmente manipulables que son las democracias neoliberales que no operan prohibiendo como antes lo hacían los regímenes totalitarios. Las nuevas formas de censura son mucho más sutiles y operan permitiendo y gritándole al individuo el imperativo paradójico de “sé libre”.

Por eso, la educación es una pata importante del proyecto neoliberal como forma de gobernanza y tecnología de poder: el sueño neoliberal es transformar a todos los ciudadanos en esa categoría apolítica y profundamente peligrosa para la libertad de “influenciables”, ya sea para vendernos un auto, una mayonesa o un proyecto neoliberal que, a las claras, perjudica a la gran mayoría de los argentinos. Personas influenciables son sujetos caninamente sumisos, dispuestos a aceptar casi como una fatalidad del destino cualquier proceso político que implique la transferencia de recursos de los sectores medios y populares a los sectores concentrados de la economía.

¿Cómo combatir este nuevo Gran Hermano?

No hay tarea más urgente en estas democracias neoliberales que educar en el pensamiento crítico, en esa forma de estudiar, pensar e imaginar cuestionando aquellas verdades construidas a través del estudio y crítica de los criterios de verdad. Resistir es evitar ser construido como “individuo influencia” por un algoritmo matemático y, para ello, es necesario ejercer el pensamiento crítico. Sin pensamiento crítico, no hay ciudadanía posible ni democracia viable.

La tinta

<https://www.lahaine.org/mundo.php/nada-es-privado-big-data>