

# Cuando las máquinas sueñan por nosotros. La democracia en el mundo del capitalismo algorítmico: el caso de Cambridge Analytica

## *When machines dream for us. Democracy in the world of algorithmic capitalism: case study of Cambridge Analytica*

Abraham González Montaño\*  
Universidad Nacional Autónoma de México,  
Facultad de Filosofía y Letras,  
Ciudad Universitaria, C.P. 04510, Ciudad de México, México

[abraham.gonzalez@sociales.unam.mx](mailto:abraham.gonzalez@sociales.unam.mx)  
<https://orcid.org/0000-0003-3215-0030>

Editor: Rogelio del Prado Flores  
Editor Invitado: Alberto Ruiz-Méndez

<https://doi.org/10.36105/stx.2024n13.04>

*Fecha de recepción: 12 de enero 2024*

*Fecha de aceptación: 06 de mayo 2024*

### RESUMEN

El capitalismo algorítmico y su proceder sugestivo ha impactado en todas las esferas de la vida y, por ello, no es la excepción la política, al propagar un objetivo principal: conocer íntimamente a los usuarios de las redes sociales a partir de la extracción masiva de datos y su consecuente procesamiento algorítmico, con la intención no solo de prever futuros escenarios de comportamiento y actuación, sino, sobre todo, de construir atmósferas sintéticas en las que estos sean sugestionados e intervenidos como para votar por un candidato en específico, reproducir cierta idea dentro de una contienda electoral y hasta reconfigurar sus visiones del mundo y entendimiento político. Todo ello desarrollándose dentro de un contexto en el cual la figura de los otros es suplantada por la imagen algorítmica del sí mismo

\* Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, estudios de filosofía en la UNAM. Maestría en Filosofía y Crítica de la Cultura por la Universidad Intercontinental y una especialidad en Políticas para la Igualdad en América Latina y el Caribe por la FLACSO. Su artículo más reciente se titula *El dispositivo digital en la era del capitalismo algorítmico: el caso de ChatGPT*, publicado en la Revista Sintaxis. Es profesor en la UNIVDEP, servidor público de la Gaceta Parlamentaria de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, integrante del proyecto “¿Debilitamiento o consolidación de las democracias en América Latina?” en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, y miembro activo de la Asociación Filosófica de México.

que, a su vez, tiene como efecto el suprimir la pluralidad como elemento toral de la democracia como forma de vida.

**Palabras clave:** capitalismo algorítmico, cambridge analytica, pluralidad, democracia, máquinas.

## ABSTRACT

Algorithmic capitalism and its suggestive behavior has impacted all spheres of life, including politics, by propagating a main objective: to intimately know the users of social networks by massive extraction of data and its consequent algorithmic processing, with the intention not just to predict future behavior scenarios, but to build synthetic atmospheres which people could be suggested and intervened to vote for a specific candidate, to reproduce a particular idea within an electoral contest and even to change their worldviews and political understanding. All this situation develops in a context where the picture of the other is replaced by the algorithmic image of itself, and at the same time, has the effect of suppressing plurality as a fundamental element of democracy as a lifestyle.

**Keywords:** algorithmic capitalism, cambridge analytica, plurality, democracy, machines.

## CAMBRIDGE ANALYTICA Y LOS SUEÑOS ALGORÍTMICOS

“Estoy persuadido de que todas las variantes posibles de otro mayo 1968 ya han sido programadas por IBM” (p. 319), mencionaba Félix Guattari (1976) hace ya más de medio siglo —en 1972, específicamente— identificando de manera intuitiva el futuro funcionar de las máquinas digitales conforme a sus operaciones predictivas y sugestivas para incidir en la manera en la que se entiende el mundo y, sobre todo, a cómo producir mundo (Kitchin, 2017). Esa intuición se cumplió con la irrupción del capitalismo algorítmico<sup>1</sup> y no hay mejor prototipo que revele mencionada operatividad que el caso de Cambridge Analytica.

<sup>1</sup> El capitalismo algorítmico es definido como “aquella estructura tecnoeconómica que produce entornos político-culturales —conocidos como plataformas digitales— que funcionan como espacios de inscripción. Por ello, son propicios para la extracción masiva de datos y su procesamiento algorítmico para construir horizontes de sentido posibles y probables, y así proceder a modular la existencia de los sujetos de manera constante e ininterrumpida por medio de máquinas inteligentes (machine learning) que tienen un objetivo: colonizar todo sentimiento, pensamiento probable, deseo posible o actuar capitalizable” (González Montaña, 2022, pp. 147-148).

Cambridge Analytica fue una empresa, derivada de la firma inglesa SCL Group, fundada en 2013 por Alexander Nix y que tuvo por visión principal —según su extinto sitio web— “cambiar el comportamiento de la audiencia” a través de un proceder sustentando en cuatro dimensiones generales: 1) producción y/o obtención de grandes bases de datos; 2) análisis y procesamiento de la información a través de algo ritmos; 3) perfilaje algorítmico y, 4) creación de cajas de resonancia virtuales.

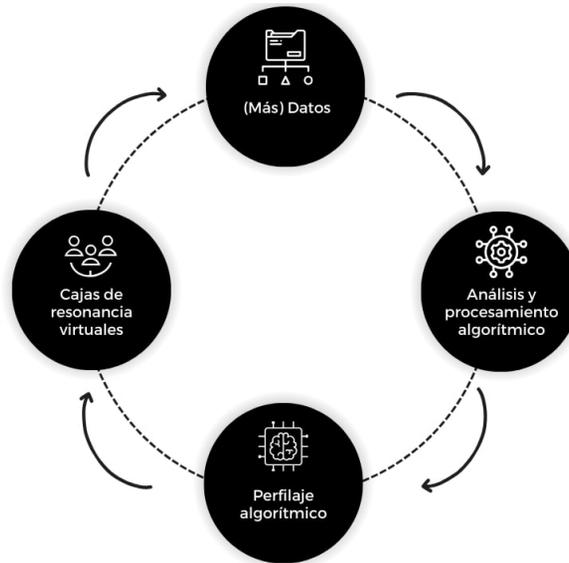
Conforme a la primera dimensión, Cambridge Analytica recopiló datos a partir de tres estrategias: compra de bases de datos a terceros que eran dueños de aplicaciones incorporadas a Facebook —la más reconocida es la aplicación *This is your digital life*— (Berghel, 2018); generación de datos a partir de aplicaciones creadas por el equipo de Cambridge Analytica en clave de test de personalidad, como lo son la *Brújula sexual* y la *Morsa Musical*, y por medio de compra y recapitulación de datos públicos externos a Facebook (Kaiser, 2019).

Recopilada la información, el equipo de Cambridge Analytica tenía por tarea procesarla de una forma pormenorizada (segunda dimensión). En un primer momento, los ingenieros ponían en consonancia los datos obtenidos —que, en el caso de los Estados Unidos, se reflejaban en cerca de “cinco mil puntos de datos sobre cada estadounidense de más de dieciocho años; unos doscientos cuarenta millones de personas” (Kaiser, 2019, p. 106)— para luego hacer imágenes algorítmicas de cada usuario por medio de microfocalización de conducta (término registrado por Cambridge Analytica), es decir, determinaban no solo las preferencias electorales-políticas junto con el estilo de vida de los usuarios, sino también sus estados de ánimo y formas de ser utilizando el modelo de personalidad OCEAN, con el fin de determinar si el usuario analizado era más propenso a actuar con apertura (O, de *open*), si era concienzudo (C), extrovertido (E), afable (A) o neurótico (N) (Villalobos, 2018).

Teniendo ya definidas las imágenes algorítmicas de los usuarios de Facebook, Cambridge Analytica procedía a operativizar su tercera dimensión llevando a cabo lo que Rouvroy y Berns (2018) conocen como *perfilaje algorítmico* (p. 128), es decir, construían modelos algorítmicos personalizados a cada usuario con el objetivo de generar una maquinaria no solamente predictiva, como mencionan autores como Felipe González (2019) o Biondo y Biotta (2022), sino también y, sobre todo, sugestiva (González Montaña, 2023) a partir de la elaboración de cajas de resonancia virtuales (cuarta y última dimensión operativa) donde a los usuarios se les interviene narrativa y visualmente a partir de imágenes, mensajes, *fake news*, propaganda personalizada, etc., para que estos modificaran sus intenciones de voto, pero no solo ello, sino que, además, a partir de su actividad en línea con publicaciones o compartiendo información incitaran a su círculo de amigos a hacerlo también, dando pie a que el ciclo virtuoso de Cambridge Analytica pudiera repetirse con más datos, más conexiones, perfeccionamiento de los modelos e imágenes algorítmicas y la creación de nuevas cajas de resonancia llevadas a cabo por y entre

los usuarios para terminar por generar más datos, repitiendo el proceso una y otra vez de forma ampliada, como se muestra en la Figura 1.

FIGURA 1. OPERATIVIDAD DE CAMBRIDGE ANALYTICA



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Ahora bien, las dimensiones operativas de Cambridge Analytica pueden llegar a entenderse desde dos lugares comunes. En primera, suponer, como menciona König y Wenzelburger (2022), la instauración de un tecnochovinismo donde el humano relega su actividad política decisional a las máquinas algorítmicas que conduce, invariablemente, a consolidar tanto ludismos digitales como grandes esperanzas técnico-sociales. Y, en segunda, reducir la operación de Cambridge Analytica a un mero problema de privacidad y (mal)uso de los datos personales (Albornoz, 2021) (Rodríguez-Andrés, 2018). Nada más alejado a lo que implicó el fenómeno de Cambridge Analytica.

El proceder descrito de Cambridge Analytica, al contrario de lo anterior, supone un fin claro al operativizar el objetivo general del capitalismo algorítmico: incidir, modular y sugerir la conducta, preferencias y hasta los sueños de un núcleo potencial de usuarios de las plataformas digitales (primordialmente Facebook) para votar por un candidato en específico en la campaña para la Presidencia de los Estados Unidos de América en 2016 (Donald Trump) o para tomar la decisión de salir de la Unión Europea por parte de la población inglesa después de haberla integrado cuatro décadas (*brexít*).

Cambridge Analytica soñaba con hacer soñar a los usuarios para que, como su lema lo dictaba, estos modificaran su conducta y votaran por una opción perfilada, pero, además, impulsaran a otros a hacer lo mismo como producto virulento de los entornos algorítmicos al consolidarse como cajas de resonancia para difundir narrativas específicas que sirvieran a dicho fin.

A raíz de lo anterior, Cambridge Analytica revela los elementos perjudiciales que trae consigo el despliegue del capitalismo algorítmico como nuevo horizonte de construcción de sentido del siglo XXI (González Montaña, 2022) hacia los entornos democráticos y sus postulados axiológicos que lo sustentan, principalmente el principio de los demás principios, el de pluralidad.

Ante ello, el objetivo del presente trabajo es ver cómo influyen los postulados programáticos que trae consigo la época del capitalismo algorítmico con la democracia, teniendo como axioma que la manera en la que opera la época algorítmica resulta contraproducente para la democracia y su estructura axiológica que la operativiza como bien lo es el disenso-consenso, la tolerancia, la deliberación y el desacuerdo.

## LA PLURALIDAD COMO FUNDAMENTO DE LA DEMOCRACIA

La democracia, como lo deja en claro Wendy Brown (2015), es uno de los términos más explorados, definidos y redefinidos del siglo XXI por dos razones: uno, suscita enorme controversia y debate; dos, es polémico conforme a su sentido ya sea en el mundo académico como en el social.

Por ejemplo, “en el imaginario popular, ‘democracia’ es todo, desde elecciones libres hasta mercados libres, desde protestas contra dictadores hasta la ley y el orden, desde el carácter central de los derechos hasta la estabilidad de los Estados, desde la voz de la multitud reunida hasta la protección de la individualidad y el error de los dichos que imponen las multitudes” (Brown, 2015).

Mientras que, en la visión académica, la democracia se entiende comúnmente de dos maneras clásicas dado que, como menciona Alberto Ruiz (2021), ayudan a “explicar sus elementos aportados por diferentes tradiciones de pensamiento y, por otro lado, exponer su dinámica e identificar los retos a los que se enfrenta” (p. 34). La primera propuesta de entendimiento es de Norberto Bobbio (1986), al mencionar que cuando se habla de democracia “es considerarla caracterizada por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos” (p. 14). Y la segunda es desarrollada por Michelangelo Bovero (2002), al definir democracia como “el poder (krátos) de tomar decisiones colectivas, es decir, vinculantes para todos, ejercido por el

pueblo (dêmos), es decir, por la asamblea de todos los ciudadanos en cuanto miembros del dêmos, mediante (la suma de) libres decisiones individuales” (p. 17).

Ahora bien, estas dos definiciones clásicas de democracia desde el ámbito académico comparten un elemento que la caracteriza de manera particular sobre las demás formaciones políticas de gobierno en la actualidad: el tema de la pluralidad.

La pluralidad como elemento diferenciador de la democracia implica cuatro premisas que marcan su funcionar característico:

1. Aceptar que la forma democrática de gobierno no tiene un fundamento último de certeza encarnado en figuras de representación política como lo es la del rey, príncipe o monarca. Es decir, la pluralidad como posibilidad de posibilidades para la democracia es renunciar a pensar a la sociedad política como una esfera preconcebida, inmutable, con identidades únicas, que tiene por objeto el orden. Al contrario, la pluralidad refiere a la imprevisibilidad de lo social y sus relaciones, sin identidades totales y más que orden, gestión del conflicto (Arditi, 2010).
2. Asimismo, si ya no hay un elemento último de certeza para lo social que lo dota de orden en regímenes democráticos (llámese príncipe, monarca, rey), la pluralidad implica reconocer que la construcción de sentido político se dará en los marcos de la incertidumbre, es decir, en las prácticas hegemónicas, al tener por objeto el configurar parámetros de sentido, pero con la singularidad de que dichos parámetros serán de índole contingente, parcial, que siempre están en disputa o en contienda y que, por ende, pueden ser revertidos y/o reconfigurados (Laclau, 2005). Dicho panorama se ve constatado en las apreciaciones que realiza Claude Lefort (2004) al mencionar que el lugar de la representación del cuerpo político está vacío, es inocupable porque no le pertenece a nadie más que de manera evanescente cuando una opción política es elegida popularmente por un tiempo previamente definido.
3. Además, la pluralidad, como elemento *sine qua non* de la democracia, supone que no hay una identificación entre la forma democrática de gobierno con algún contenido ideológico, valor político o sentido social específico, por eso la democracia “no soporta en ningún caso ser rigidizada hasta el punto de identificarse con un contenido determinado, con una verdad oficial, con un dogma público indiscutible o inmodificable, sino que por el contrario, coincide con la institucionalización de la posibilidad de cambiar, periódica y pacíficamente, el propio contenido de valores políticos finales, es decir, las perspectivas y las orientaciones de gobierno” (Bovero, 2020, p. 24).
4. Y, por último, la pluralidad presume que para ser partícipe de los asuntos públicos no se requiere posición social, títulos nobiliarios o posesión material alguna, por

eso la democracia “es simplemente el poder propio de los que no tienen más título para gobernar que para ser gobernados” (Rancière, 2006, p. 71).

Ahora bien, para que estas cuatro implicaciones de la pluralidad tengan operatividad tiene que configurarse una relación política nuclear que diste del modelo clásico schmittiano (Schmitt, 1998), es decir, en los entornos democráticos no pueden desarrollarse relaciones antagónicas en clave amigo-enemigo que tengan como última ratio la muerte del otro, sino relaciones agónicas que partan de entender la otredad en los terrenos político-democráticos en términos de adversarios (Mouffe, 1999).

Por lo anterior, la relación política por excelencia en los ámbitos democráticos es la agonística. Dicha idea tiene, a su vez, tres aristas constitutivas: a) toda relación agónica parte del hecho de que a la figura del otro se le tolera (Mouffe, 1999), sin embargo, ello no implica que el conflicto desaparezca en la relación entre amigo-adversario. Al contrario, toda relación política agónica es conflictual por sí misma; b) las relaciones agónicas dentro de los regímenes democráticos conllevan el axioma de que su desarrollo no tiene como fin exclusivo el construir consensos —eso supondría que en algún momento futuro los órdenes sociales llegarían al punto óptimo de la reconciliación absoluta en donde nadie disientirá de nadie— sino, sobre todo, sublimar los disensos al saber que los agentes sociales también son contingentes, itinerantes, en definición constante y que, por ello, el mundo social se abre a la diferencia que implica toda otredad en su irreductibilidad óptica y social expresada en el ejercicio de las libertades políticas. Como dice Chantal Mouffe (2014), el pluralismo y las relaciones agónicas que posibilita es donde se reconoce que hay “una imposibilidad de una reconciliación final” (p. 33); c) las relaciones agónicas no hacen desaparecer el riesgo existencial del enfrentamiento entre un *nosotros* y un *ellos* sostenido por Schmitt (1998), sino como dice Ardití (2014), lo siguen expresando, porque la figura del otro pone en evidencia, en primera, la definición de un nosotros, siendo de esta forma los otros un exterior constitutivo y, en segunda, la especificidad de las relaciones políticas —incluidas las agónicas— que es el enfrentamiento *per se*.

De esta forma, el *nosotros* siempre es correlativo a un *ellos*, mientras que todo *ellos* es por un *nosotros*, evidenciando así que toda relación política conlleva un riesgo existencial porque ambos lados de la relación no expresan una totalidad identitaria inmóvil, sino todo lo contrario, contingente, con posturas flexibles y sujetas a cambio ya sea porque se llega a un consenso, porque radicalizaron sus posturas o porque intentan reducir el conflicto en sus actividades. Por lo anterior, en un ambiente democrático:

lo que nunca tuvimos —lo que *nunca podremos* tener— es una identidad política puramente autorreferencial capaz de florecer sin la ayuda de algo externo, en ese caso un enemigo. Los enemigos son nuestro *pharmakon*: oscilan entre ser un veneno y una cura pues son una

amenaza a nuestra forma de vida (o, en términos menos dramáticos, un obstáculo para nuestra voluntad de poder) y también algo que nos ayuda a convertirnos en lo que somos (Arditi, 2014, p. 19).

En suma, la pluralidad es el elemento *sine qua non* de la democracia conforme a su estructura básica funcional, centrando en la relación entre individuo y la otredad la potencia de la actividad política-democrática en sí, por ello, Tocqueville (2019) mencionaba que “la democracia no le da al pueblo el gobierno más capaz, pero hace lo que el gobierno más capaz no puede a menudo crear: irradia en todo el cuerpo social una inquieta actividad, una fuerza sobreabundante, una energía que no existe nunca sin ella y que, por poco que sean favorables las circunstancias, puede engendrar maravillas. Ésas son sus verdaderas ventajas” (p. 286).

### ¿CON QUÉ SUEÑAN LAS MÁQUINAS ALGORÍTMICAS? LOS ALGORITMOS VS LA DEMOCRACIA

En mayo de 2022, el colectivo Computer Lars y la asociación tecnológica MindFuture Foundation crearon el Partido Sintético en Dinamarca, el cual tiene como líder a una inteligencia artificial —nombrada Leader Lars— que se plantea un objetivo claro: representar a diversos núcleos poblaciones y sus intereses a partir de un programa político construido algorítmicamente a través de la recopilación masiva de propuestas partidarias desde 1970 (Jaimovich, 2023).

Ante ello, el Partido Sintético danés parte de una idea central: captar al electorado que no se siente representado por los políticos tradicionales y así sustituir parlamentarios por algoritmos. Dicha idea implica, a su vez, el suponer que los algoritmos no tienen sesgos, son menos propensos a la corrupción y, por ende, sujetos a rangos de error mínimo conforme a la toma de decisiones. En palabras de Leader Lars, “la falta de confianza en los políticos y la desinformación son algunos de los motivos que han llevado a muchas personas, sobre todo los más jóvenes, a creer que una IA podría hacer mejor las cosas que los humanos” (Jaimovich, 2023).

El caso de Leader Lars, aunque ha sido un caso muy sonado en 2022 y parte de 2023, no es el primero en el que los algoritmos y las inteligencias artificiales toman posición pública a partir de la suposición de que pueden hacerlo mucho mejor que los humanos en el campo de la política. Claro ejemplo de ello es que, en 2018, en el distrito de Tama New Town de Tokio, se presentó a la elecciones Michihito Matsuda, un androide que prometía, en primera, acabar con la corrupción y, en segunda, usar la inteligencia artificial mediante el procesamiento algorítmico de grandes bancos de datos de los ciudadanos con el objetivo no solamente de representarlos mejor, sino también para actuar de manera objetiva y justa conforme a las políticas

públicas a implementar durante su mandato, sorteando de esta forma los sesgos emocionales de los seres humanos que los conducen a malas decisiones y conflictos de interés. Michihito Matsuda terminó en tercer lugar en las elecciones y el resto es historia (Calvo, 2019).

Al respecto, estos dos ejemplos en donde las inteligencias artificiales y los algoritmos nos salvarán de los políticos —y hasta de nosotros mismos— representa una idea circundante que ronda narrativamente la época del capitalismo algorítmico a partir de un “injustificado optimismo tecnológico” (Marza y Calvo, 2022, p. 2), dentro del cual se hacen una serie de suposiciones como lo es la objetividad de las máquinas inteligentes, su tendiente reducción del error y su eficiencia optimizada conforme a las tareas encomendadas, todo ello encaminado para cumplir una finalidad toral: que las máquinas sustituyan a los humanos. Sin embargo, por lo menos en el terreno político, lo que se ha demostrado con casos como el de Cambridge Analytica es que las máquinas más que soñar con sustituirnos, sueñan con soñar por nosotros.

Mencionada premisa parte de las ideas de Michal Kosinski y David Stillwell, principalmente, a través de dos artículos sugerentes: el primero, lleva por título *Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior*, publicado en 2013; mientras que el segundo es nombrado como *Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion*, aprobado para su publicación en 2017.

Con lo que respecta al primer artículo, Michal Kosinski, Thore Graepel y David Stillwell (2013) sostienen que se puede saber con efectividad no solo la orientación sexual de un usuario dentro de una red social, sino también, conocer pormenorizadamente sus preferencias de consumo, sus prácticas religiosas, estado civil y hasta sus orientaciones políticas por medio del procesamiento algorítmico de los datos recopilados a través de los *me gusta* en Facebook. Su nivel de confiabilidad, por ejemplo, en que su modelo algorítmico predictivo acertó para definir si una persona era demócrata o republicana fue del 85%, mientras que definió correctamente la orientación de los varones analizados en un 88%.

Ante dicho panorama, Kosinski, Graepel y Stillwell (2013) dentro de sus conclusiones destacan que estas predicciones sobre los rasgos distintivos de los usuarios en la red a raíz del procesamiento algorítmico de grandes bancos de datos podrían desembocar en una implicación negativa grave: incidir en la conducta de los usuarios para que la modifiquen “sin obtener antes su consentimiento y sin que ni siquiera se dieran cuenta” (p. 5.805).

De hecho, dicha advertencia es profundizada en el segundo artículo mencionado que Kosinski y Stillwell publican junto con Martz y Nave (2017), dentro del cual comprueban que los mensajes modelados personalmente de acuerdo a la personalidad psíquica definida a partir de los datos recopilados y procesados algorítmicamente de los usuarios resultan ser más efectivos para persuadirlos y, en definitiva, influir en el cambio de sus decisiones, hábitos, gustos, preferencias y conductas, siendo esto demostrado a partir de tres experimentos que tuvo como epicentro los datos recabados de 3.7 millones de personas (p. 12715).

Estas dos investigaciones académicas se inscriben en el contexto de Cambridge Analytica y su proceder en las elecciones de Estados Unidos y Reino Unido, estableciendo así un hilo conductor que dista mucho de la casualidad. Aún más, después de la publicación del primer artículo de Graepel, Stillwell y Kosinski en 2013, a este último lo contacta SCL Group (empresa matriz de donde nace Cambridge Analytica) para ofrecerle financiamiento, el cual rechaza (Mónaco, 2022).

Por lo anterior, las investigaciones presentadas y el caso de Cambridge Analytica tienen un hilo conductor que los enlaza: las prácticas algorítmicas que persiguen el fin de modificar, incidir, persuadir, suggestionar, modular e intervenir en las prácticas, conductas, pensamientos, hábitos, formas de ser, sentir y hasta construir sentido y afinidad política en los usuarios dentro de una red social tienen como epicentro el evadir las prácticas democráticas que conducen a las personas al debate, al disenso-consenso y, en términos específicos, a la figura del otro que, como se ha dicho con antelación, es nuclear para la pluralidad y, por ende, para la democracia.

Esa finalidad, a su vez, se despliega a partir de dos procedimientos. En primera, las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, principalmente, al tener una arquitectura en la que el usuario es el núcleo dentro del cual se consumen contenidos y también se producen masivamente datos, los cuales no solamente se extraen, sino que a la par se procesan algorítmicamente, hace que dichos entornos se establezcan como espacios proclives para funcionar como máquinas-espejo, en donde lo único que ve y se le presenta al usuario son sus gustos, preferencias y deseos particulares sobre su consumo de contenido online. Y, en segunda, el usuario al solo presentarle modelos personalizados afines a sus gustos e intereses, su esfera de contacto con la otredad se dará no en términos conflictuales y agónicos de construcción de sentido político a partir de la diferencia (pluralidad de visiones), sino a través de la lógica de la mismitud, configurando de esta forma espacios en donde hasta el círculo de “amigos” sea complementario a las preferencias personales con el fin de evitar la alteridad y así delinear identidades políticas autorreferenciadas algorítmicamente.

Por todo lo anterior, dentro de las redes sociales que fomentan estructuralmente arquitecturas en las que el usuario está absorto sobre sí mismo en lo que deviene es en un extravío radical de la figura del otro como *pharmakon* (Arditi, 2014, p. 19), terminando por consolidar atmósferas-espejo para que empresas como Cambridge Analytica —y de marketing y publicidad en general— cumplimenten no solo la tentativa de suggestionar a los usuarios para modificar sus preferencias políticas, sino también de construir de antemano escenarios predilectos en donde estos piensen que lo que reproducen es su criterio, pero no hacen más que replicar lo que las máquinas algorítmicas soñaron de antemano por él, clausurando de esta manera prácticas democráticas de primer orden como lo es el diálogo, la contrastación de formas de entender e interpretar el mundo y los cambios, reafirmaciones y reformulaciones de puntos

de vista en los escenarios políticos al confluír con la pluralidad de participantes agónicos que suponen contrastación y conflicto.

En otras palabras, las máquinas algorítmicas ponen en jaque a la democracia al construir espacios en donde solo se presenta al usuario su reflejo algorítmicamente procesado, hasta el punto en que dicho reflejo lo antecede incidiendo y definiendo por quién votar, qué ideas políticas defender y qué interlocutores escuchar, alejando así lo potencialmente discordante, lo heterogéneo, el conflicto y la pluralidad democrática que explora mundos dentro del mundo. En el mundo del capitalismo algorítmico las máquinas sueñan con soñar por los usuarios para elegir cuál será el próximo “mejor” candidato.

## REFLEXIONES FINALES

En un estudio, que tuvo de alcance a poco más de 60 millones de usuarios, realizado en el trascurso de las elecciones del Congreso de los Estados Unidos de América en 2010 por un grupo multidisciplinario de la Universidad de California en conjunto con personal especializado de Facebook, llegaron a plantear un postulado sugerente: el uso de las redes sociales tiene un impacto e influencia directa en la conducta política de las personas y su círculo de amigos de frente a los comicios y sus preferencias políticas (Bond *et al.*, 2012).

Dicho postulado, como se ha leído a lo largo del presente artículo, fue profundizado y confirmado por Kosinski y compañía, pero puesto y llevado a la práctica por Cambridge Analytica a partir de los grandes bancos de datos recopilados por Aleksandr Kogan por medio de la aplicación *This is your digital life*.

A este respecto y dado la conmoción mediática del caso de Cambridge Analytica, Kogan, al ser expuesto como uno de sus principales artífices, comenta lo siguiente, sugiriendo que él solo aprovechó la arquitectura y los intereses de Facebook para desarrollar su labor: “Facebook, Twitter y otras plataformas ganan su dinero a través de la publicidad y, por tanto, hay un acuerdo con el usuario: tú obtienes este producto alucinante que cuesta miles de millones de dólares poner en marcha y, a cambio, podemos venderte a los anunciantes para que te envíen publicidad a medida” (Guimón, 2018) y eso es justamente lo que Cambridge Analytica hizo, sugestionar a los usuarios para votar por Trump.

Aunado a lo anterior, la declaración de Kogan supone una segunda idea: que hay muchas otras empresas y compañías que realizan la misma actividad de Cambridge Analytica —aunque sus únicas diferencias con esta es que su proceder no es mediatizado públicamente— dado que no hacen más que desarrollar el objetivo del capitalismo algorítmico a partir de sus elementos funcionales como lo son las redes sociales: conocer íntimamente a los usuarios a partir de la explotación de sus datos que, a su vez, estos generan para luego sugestionarlos,

interferirlos y reconducirlos a horizontes siempre capitalizables o, en su defecto, antecederlos construyendo el escenario más prolífico para el despliegue de sus actividades y conductas futuras, clausurando así toda posibilidad de debate, crítica, disenso-consenso y contrastación de posturas políticas con las y los otros, reduciendo de esta forma la pluralidad del mundo democrático a entornos meramente autorreferenciales que no causan conflicto ni riesgo agónico, porque lo primero y lo último que ve el usuario es siempre su reflejo algorítmicamente procesado.

En suma, las máquinas algorítmicas no sueñan con sustituirnos, sino en soñar por nosotros y, dentro del escenario político, sueñan porque nosotros soñemos por votar por tal o cual candidato. Por ello, es medular destacar la importancia de nunca creer que es casual todo lo que nos aparece en los reels o en el feed de nuestras redes sociales. Sin más, solo queda preguntarse: ¿ya tienes en mente por quién votar?

## REFERENCIAS

- Arditi, B. (2010). Post-hegemonía: la política fuera del paradigma postmarxista habitual. En Cairo, H. y Franzé, J. (Ed.), *Política y cultura*. Biblioteca Nueva.
- Arditi, B. (2014). Sobre lo político: Schmitt contra Schmitt. *Revista De El Colegio de San Luis*, (3), 10–41. <https://revista.colsan.edu.mx/index.php/COLSAN/article/view/508>
- Albornoz, M. (2021). El titular de datos personales, parte débil en tiempos de auge de la Inteligencia artificial. ¿Cómo fortalecer su posición? *IUS. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla AC*, 15(48), 209-242. <https://doi.org/10.35487/rius.v15i48.2021.715>
- Berghel, H. (2018). Malice domestic: the Cambridge Analytica dystopia. *Computer*, 51(5), 84-89. <https://doi.org/10.1109/MC.2018.2381135>
- Bobbio, N. (1986). *El futuro de la democracia*. Fondo de Cultura Económica.
- Bovero, M. (2002). *Una gramática de la democracia contra el gobierno de los peores*. Trotta.
- Bovero, M. (2020). *Los adjetivos de la democracia*. Instituto Nacional Electoral.
- Bond, R., Fariss, C., Jones, J. et al. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489, 295–298. <https://doi.org/10.1038/nature11421>
- Brown, W. (2015). *El pueblo sin atributos. La secreta revolución del neoliberalismo*. Malpasso Ediciones.
- Calvo, P. (2019). Democracia algorítmica: consideraciones éticas sobre la dataficación de la esfera pública. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (74). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357560862001>
- García Marzá, D. y Calvo, P. (2022). Democracia algorítmica: ¿un nuevo cambio estructural de la opinión pública? *Isegoría*, (67), e17. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2022.67.17>

- Guattari, F. (1976). *Psicoanálisis y transversalidad. Crítica psicoanalítica de las instituciones*. Siglo XXI.
- Guimón, P. (2018). El académico vinculado a Cambridge Analytica se siente un “chivo expiatorio” de Facebook. *El País*. [https://elpais.com/internacional/2018/03/21/actualidad/1521617918\\_760407.html](https://elpais.com/internacional/2018/03/21/actualidad/1521617918_760407.html)
- González Biondo, F. M., y Linardelli Blotta, A. V. (2022). Algoritmos, democracias y ciudadanías. Democracias 4.0 y gubernamentalidad algorítmica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 675-692. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1915](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1915)
- González, F. (2019). Big data, algoritmos y política: las ciencias sociales en la era de las redes digitales. *Cinta de moebio*, (65), 267-280. <https://dx.doi.org/10.4067/so717-554x2019000200267>
- González Montaña, A. (2022). La rebelión de las máquinas en la trama del capitalismo algorítmico: la democracia acechada. *Logos Revista de Filosofía*, 139(139), 139-154. <https://doi.org/10.26457/lrf.v139i139.3352>
- González Montaña, A. (2023). El dispositivo digital en la era del capitalismo algorítmico: el caso de ChatGPT. *Revista Sintaxis*. <https://doi.org/10.36105/stx.2023n.11.04>
- Jaimovich, D. (2023). Una charla con Leader Lars, el robot que lidera el Partido Sintético en Dinamarca y que busca darle voz a todos los partidos políticos minoritarios daneses. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/una-charla-con-leader-lars-el-robot-que-lidera-el-partido-sintetico-en-dinamarca-y-que-busca-darle-voz-a-todos-los-partidos-politicos-minoritarios-daneses-nid21032023/>
- Kaiser, B. (2019). *La dictadura de los datos. La verdadera historia desde dentro de Cambridge Analytica y de cómo el Big Data, Trump y Facebook rompieron la democracia y cómo puede volver a pasar*. HarperCollins México.
- Kitchin, R. (2017) Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society*, 120, 14-29. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154087>
- Kosinski, M.; Stillwell, D. y Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(5), 5.802-5.805. <https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110>
- König, P. y Wenzelburger, G. (2022). Between technochauvinism and human-centrism: Can algorithms improve decision-making in democratic politics? *European Political Science*, 21, 132-149. <https://doi.org/10.1057/s41304-020-00298-3>
- Laclau, E. (2005) *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Lefort, C. (2004). *La incertidumbre democrática. Ensayos sobre lo político*. Anthropos.
- Matz, S.; Stillwell, D.; Nave, G. y Kosinski, M. (2017). Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114 (28), pp. 12714-12719. <https://doi.org/10.1073/pnas.1710966114>

- Mouffe, C. (1999). *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Paidós.
- Mouffe, C. (2014). *Agonística. Pensar el mundo políticamente*. Fondo de Cultura Económica.
- Mónaco, J. (2022). El gobierno de los públicos en la era de los big data: pistas a partir del “caso Kosinski”. *Intersecciones en Comunicación*, 1(16). <https://doi.org/10.51385/ic.viii6.145>
- Rancière, J. (2006). *El odio a la democracia*. Amorrortu.
- Rodríguez-Andrés, R. (2018). Trump 2016: ¿presidente gracias a las redes sociales? *Palabra Clave*, 21(3), 831-859. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.8>
- Rouvroy, A. y Berns, T. (2018). Gobernabilidad algorítmica y perspectivas de emancipación: ¿lo dispar como condición de individuación mediante la relación? *Revista Ecuador Debate*, 104, 124-147. <https://www.caapecuador.org/ecuador-debate-n-104/>
- Ruiz Méndez, A. (2021). La polarización en las democracias contemporáneas. Esbozo de un modelo analítico de comunicación política populista. *Revista Sintaxis*, (7), 33-49. <https://doi.org/10.36105/stx.2021n7.02>
- Schmitt, C. (1998). *El concepto de lo político*. Alianza.
- Villalobos, V. (2018). Cambridge Analytica. De la interfaz al régimen. *Revista de la Universidad de México*. <https://www.revistadelauniversidad.mx/articulos/407cb3do-59b5-4980-bca2-64ae-c5eoced6/cambridge-analytica>

Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

