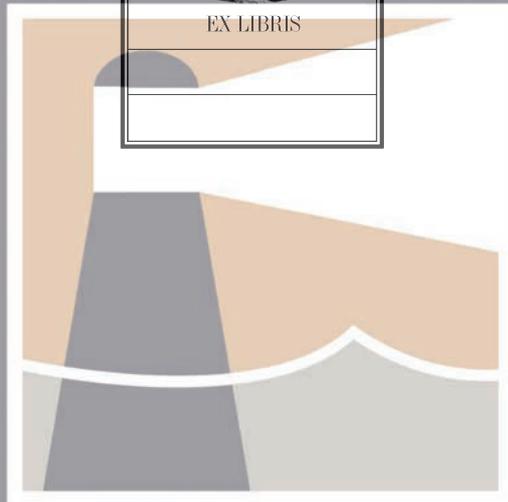




EX LIBRIS



MAREA  
EDITORIAL

Jorge Millones



Millones, Jorge

Inteligencia artificial y estupidez colectiva : el tecnocapitalismo en la era del no-pensar / Jorge Millones ; Prólogo de Julián Urman. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Marea, 2025.

288 p. ; 20 x 14 cm. - (Historia Urgente / Constanza Brunet ; 122)  
ISBN 978-987-823-096-2

1. Ensayo. 2. Sociología de la Cultura. 3. Inteligencia Artificial. I. Urman, Julián, prolog. II. Título.  
CDD 006.3

Dirección editorial: Constanza Brunet  
Coordinación editorial: Florencia Acher  
Diseño de tapa y colección: Hugo Pérez  
Diagramación: Claudia Arce  
Comunicación: Verónica Abdala  
Asistencia editorial: Julieta Rojas

Título original: *Inteligencia artificial y estupidez natural. Reflexiones sobre el capitalismo tecnológico*

Primera edición editada por Asociación Nuestro Sur, Espacio de Reflexión y Acción Política “Nuestro Sur” y Praxis Producciones SAC (para su sello Escuela de Formación Política PRAXIS), Lima, Perú, 2025.

© 2025 Jorge Millones  
© 2025 Editorial Marea SRL

Pasaje Rivarola 115 – Ciudad de Buenos Aires – Argentina  
Tel.: (5411) 4371-1511  
marea@editorialmarea.com.ar | www.editorialmarea.com.ar

ISBN 978-987-823-096-2

Impreso en Argentina – Printed in Argentina

Depositado de acuerdo con la Ley 11.723. Todos los derechos reservados.  
Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento sin permiso escrito de la editorial.

## **Telarañas digitales del poder**

### Reflexiones sobre el nuevo capitalismo tecnológico (I)

**E**n las últimas dos décadas, el planeta ha sido invadido por un voraz ecosistema digital que reordena nuestras vidas. Nos hallamos conectados al mundo exterior y entre nosotros mediante una maraña de artefactos, sensores, plataformas y sistemas digitales de toda índole. Nuestra existencia social se ha visto confinada a estos mecanismos, especialmente con el encierro impuesto por la pandemia, convirtiendo la vida más allá de las pantallas en una quimera extravagante, apenas concebible para la mayoría.

Esta “nueva normalidad” es lo que quedó de las políticas de confinamiento y las medidas sanitarias que exacerbaron nuestra dependencia de los dispositivos tecnológicos y las aplicaciones digitales. La abundancia de información que generamos, ya sea con un simple “me gusta” en las redes sociales, durante una reunión en Meet, al perder el tiempo en TikTok o al compartir un video, es vasta y se ha convertido en el “nuevo capital”, la mercancía más valiosa para las grandes corporaciones tecnológicas.

¿Por qué ansían estas empresas esta información? Según la investigadora norteamericana Shoshana Zuboff (2020), la recopilan y la organizan para construir “escenarios de futuro”, obteniendo una predictibilidad de alta precisión, con el fin de comercializarla y utilizarla en estrategias de neuromarketing y grandes inversiones.

Esto no se limita al ámbito empresarial, sino que también se extiende a la esfera política, influyendo de manera significativa y sin nuestro consentimiento en el devenir de nuestras sociedades.

El escándalo de Cambridge Analytica (CA) sirvió como un recordatorio contundente de la imperiosa necesidad de regular el poder de las grandes corporaciones, especialmente cuando estas dominan un mercado entero y, debido a su avance tecnológico, carecen de regulaciones legales que puedan frenar sus acciones.<sup>2</sup>

CA, una empresa consultora con sede en el Reino Unido y dirigida por Alexander Nix, se dedicaba al análisis de datos con el fin de diseñar estrategias de campaña para marcas, empresas y políticos que buscaban influir en el comportamiento de la audiencia. Se reveló que esta empresa fue contratada para dirigir la campaña digital de Donald Trump y varios candidatos republicanos al Senado en los Estados Unidos. Además, estuvo involucrada en la campaña del Brexit en el Reino Unido, que buscaba la salida del país de la Unión Europea.

En ambos casos, se utilizó la información de una multitud de usuarios de las redes sociales a través de un “test-aplicativo” que levantó información sensible de millones de personas, que luego fue ofrecida a los políticos contratantes. Y aunque esta jugada comercial no es ilegal, pues aún no existe jurisprudencia ni control efectivo sobre este ámbito, es absolutamente antiética,

---

<sup>2</sup> Un importante antecedente de lo que puede ocurrir en un “limbo jurídico” es el caso de Standard Oil. En 1909 el Congreso norteamericano aprobó la Ley Sherman Antitrust que en su momento prohibió por primera vez en la historia la conformación de monopolios regulando la competencia desleal y el control de los mercados, todo esto a propósito del enorme imperio monopolístico que John D. Rockefeller y su empresa Standard Oil estaban construyendo alrededor del petróleo. En los vacíos legales florecen los monopolios, los cárteles y las grandes empresas hacen lo que les da la gana.

porque manipula a las personas a través de la llamada “tecnología persuasiva” sin su consentimiento.

Esto llevó a que el propio Mark Zuckerberg tuviera que comparecer ante el Congreso de los Estados Unidos y aceptar que “fue un error” que tendrán que corregir. Más allá del escándalo y la sanción moral, la ley no pudo hacer nada contra Facebook, no obstante, lo que sí les dolió fue el bajón de sus acciones en la bolsa de valores, pero aún hoy los Estados nada pueden hacer efectivamente contra estas empresas digitales que generan billones de manera exponencial. Quien sí fue denunciada y se disolvió fue CA, que no pudo seguir con el negocio de vender información privada de los usuarios de Facebook y otras redes sociales.<sup>3</sup>

Este caso ejemplifica la urgencia de establecer regulaciones efectivas que limiten el poder de estas entidades, especialmente en el ámbito político, donde su influencia puede ser desproporcionadamente significativa y potencialmente perjudicial para la integridad de los procesos democráticos.

### **Política y redes en el patio trasero**

En América Latina estamos a la zaga en políticas de control y protección de datos a pesar de haber tenido incidentes con las corporaciones digitales globales. En Brasil, la Autoridad Nacional de Protección de Datos (ANPD) fue creada en 2019 como parte de la Ley General de Protección de Datos (LGPD) para supervisar y

---

<sup>3</sup> Nunca se pudo demostrar, a pesar de los indicios, la vinculación directa entre las dos empresas, Facebook y Cambridge Analytica, sin embargo, se evidenció el tipo de negocio en el que estaban envueltos, lo que conllevó a una gran sanción económica. Para más información, ver el documental *Nada es privado* (2016) de Karim Amer y Jehane Noujaim.

hacer cumplir las normas de privacidad de datos. Esta ley se inspiró en el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea y tiene como objetivo regular el tratamiento de datos personales por parte de empresas públicas y privadas.

Además de la LGPD, Brasil ha estado considerando otras medidas para regular las grandes empresas tecnológicas. En 2020, el Senado brasileño aprobó un proyecto de ley que establece reglas para el uso de inteligencia artificial, que incluye disposiciones sobre transparencia, ética y responsabilidad en el uso de esta tecnología.

En México, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) ha estado investigando y sancionando a empresas tecnológicas por prácticas anticompetitivas. Por ejemplo, en 2019, el IFT impuso una multa a Facebook por violaciones a la Ley Federal de Competencia Económica. Además, el gobierno mexicano ha estado discutiendo la necesidad de actualizar las leyes de competencia y protección al consumidor para abordar los desafíos planteados por las grandes empresas tecnológicas.

En la Argentina, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual ha estado trabajando en una propuesta de regulación de plataformas digitales para garantizar la pluralidad y diversidad en el ecosistema de medios de comunicación.

También se han presentado proyectos de ley en el Congreso argentino para regular la publicidad en línea y proteger la privacidad de los usuarios de internet.

Sin embargo, ha habido incidentes y controversias relacionados con la privacidad de datos y el uso indebido de información en la región. En 2018, año en que ganó Jair Bolsonaro las elecciones en Brasil, se informó que CA había trabajado en ese país, lo que llevó a investigaciones y cuestionamientos sobre el uso de datos en las campañas electorales. Aunque no se revelaron detalles específicos sobre el alcance de su participación, el escándalo

aumentó la conciencia sobre la privacidad de datos en Brasil y generó debates sobre la regulación de las redes sociales.

En 2019 se descubrió en Chile la filtración de datos de tarjetas de crédito. Los datos de más de 80 mil tarjetas de crédito habían sido filtrados en línea, lo que generó preocupación por la seguridad de la información personal en el país. Aunque este incidente no estuvo directamente relacionado con el uso político de datos como en el caso de CA, destacó la importancia de proteger la privacidad de los usuarios en línea.

Algo similar ha ocurrido en la Argentina, ya que se han presentado varias denuncias y casos relacionados con la privacidad de datos y la protección de la información personal en línea. Si bien no ha habido un escándalo a gran escala comparable al de CA, la implementación de la Ley General de Protección de Datos Personales en 2020 ha llevado a un mayor escrutinio sobre el manejo de datos por parte de empresas y organizaciones en el país. En América Latina, los “pactos éticos” durante las campañas electorales son una triste broma. En las elecciones del 2021 en el Perú, en plena cuarentena, se experimentó un aumento vertiginoso del uso de las redes sociales como arena política/electoral.<sup>4</sup> El uso descarado de *bots*, ejército de *trolls* y calumniosas *fake news*, el trío de la deshonra, convirtió a las redes sociales en un verdadero campo de batalla, en un salvaje oeste digital donde los principios se desintegran más rápido que un helado al sol, en donde la única intención fue direccionar de cualquier manera la intención de voto y controlar a la opinión pública.

---

<sup>4</sup> Salvo el caso de Pedro Castillo, que en plena crisis sanitaria convocaba muchedumbres en contra de las disposiciones electorales en salvaguarda de la salud pública. Cabe resaltar que ni las autoridades electorales, ni los medios de comunicación, ni la Policía, llamaron la atención sobre estos hechos.

## Índice

### **Prólogo a esta edición**

La Argentina y el Perú: de las utopías compartidas a la banalidad tecnológica del mal 7

### **Homo Deus: el Humano 2.0 que nunca actualizaste**

A modo de introducción 15

### **Telarañas digitales del poder**

Reflexiones sobre el nuevo capitalismo tecnológico (I) 23

Política y redes en el patio trasero 25

Telarañas digitales, tecnología y poder 28

Panóptico mercantil 31

### **Poder, seducción y desposesión**

Reflexiones sobre el nuevo capitalismo tecnológico (II) 35

Seducción, consumo y desposesión por vigilancia 38

Capitalismo cognitivo y mutación del conocimiento 40

La neurociencia, la caja de Pandora 44

Psicología persuasiva, tecnología y poder 47

Ese dedo en el celular fue planeado 50

<b>Hedonismo, biopoder y guerra cognitiva</b>	
Reflexiones sobre el nuevo capitalismo tecnológico (III)	53
La conducta como capital	54
¡Dopamina para todo el mundo!	56
La mente: nuevo campo de batalla	60
<b>Inteligencia artificial y estupidez natural</b>	
Reflexiones sobre el nuevo capitalismo digital (IV)	67
Ansiedad: la única constante en la fluidez	68
Desigualdad y autoexplotación	71
<i>General Intellect</i> : la profecía del gran robo	73
Algoritmos, arte y sensibilidad	76
Inhumanos contra las humanidades	81
<b>¿Qué clase de clase somos?</b>	
Reflexiones sobre el capitalismo tecnológico (V)	82
Nada por aquí, nada por allá	83
Aristocracia tecnológica y guerras cortesanas	85
La indignación desactivada	88
Guerra cognitiva y nueva conciencia de clase	92
Luchar en todos los frentes	95
Generaciones melancólicas	97
“Dirán que la necesidad parió conmigo”	98
<b>Miren, pero no <i>token</i></b>	
Nuevos valores en el capitalismo digital	101
El intocable <i>token</i>	102
<i>Glamour</i> digital	106
<b>Dinero digital</b>	
Taumaturgia en el capitalismo tecnológico	108
Del bolsillo a la pantalla	111
Divitiarum sanctitas	114

## Más sofisticados, menos valorados

Economía digital y precariedad <i>gig</i>	119
Corriendo detrás del algoritmo	120
Economía digital y precariedad	122
Tecnología fiduciaria	123
Fetichismo digital	125
La fiesta de la autoexplotación	126
Subjetividad <i>gig</i>	128
Luchas reales en la fantasía digital	131

## Nerds y terratenientes digitales

Los nuevos <i>jocks</i> globales	134
Hegemonía <i>jock</i>	135
La venganza de los <i>nerds</i>	138
¿El que estudia triunfa?	141

## “Viva la libertad carajo.”

Libertarismo neofascista y otras mutaciones neoliberales	143
¿Somos libres?	145
Neoliberalismo y escombros humanos	146
Adiáfora y liquidez: la indignación neutralizada	149
Ultraderechas y microfascismos	158
Asedios libertarios y “neofachos”	156
Fascismos digitales	159
Resistir es fútil	161

## Desafíos tecnológicos a la muerte

De la Ouija al <i>griefbot</i>	164
Hable con su muerto	165
Luto posthumano	167

## Capitalismo cara a cara

Sistema fisgón	170
----------------	-----

Mírame que te miro	171
Reyes del laberinto <i>deepfake</i>	173
¿Imparcialidad tecnológica? ¿Sesgos de poder?	176
¿Error de programación o programación para el terror?	179
<b>En el juego de la vida</b>	
Ludopatización y vida digital	183
Sentados, ansiosos, obesos y jugando	184
Ludopatía digital	187
Gamificación neoliberal	188
<b>Neo entes y la teoría del gran reinicio</b>	
¿Revolución global o consolidación del control tecnocrático?	192
La Cuarta Revolución Industrial	194
Intersecciones y diferencias con el adversario	
¿Ser social o naturaleza humana?	197
Humanos y radicales	201
<b>El verso del metaverso</b>	
Poder y realidades aumentadas	204
Nace el metaverso y no es poético	206
Bienes raíces digitales	207
Todo empezó jugando	208
Política metaversal	210
Metaverso seductor	213
Otra vez con ese verso	214
<b>La vida es meme y los memes...</b>	
Humor en el capitalismo tecnológico	216
Mi mamá ya no me mimaba, me meme	222
Mirador de memes	224
Chico, no lo hagas	225
Los algoritmos no se ríen	227
<b>La mente en todas partes. “No hay razón para someterse a un destino biológico”</b>	230

Transhumanismo, fase superior del capitalismo tecnológico	231
Ontología <i>cyborg</i>	232
Agitadores <i>cyborg</i>	235
Melancolía <i>cyborg</i>	237
<b>La estética transhumanista</b>	
De la ciencia ficción a la realidad distópica	240
La ficción que anticipó la realidad	240
La cultura popular como reflejo de la distopía	241
El futuro: ¿utopía o distopía?	242
<b>Humano, ¿demasiado humano?</b>	
La trampa del transhumanismo en la era del capitalismo tecnológico	247
Antihumanismo vs. transhumanismo	249
El cuerpo como campo de batalla en el siglo XXI	251
¿Posthumano o antihumano?	254
<b>Homo Excelsior: solucionismo tecnológico y transhumanismo</b>	
A modo de conclusión	257
La tecnología es mi pastor...	258
Solucionismo y transhumanismo	259
<b>Epílogo</b>	
Menos fricción, de Julián Urman	269
<b>Referencias</b>	275



Esta edición de  
*Inteligencia artificial y estupidez colectiva*  
se terminó de imprimir en  
Latingráfica, en la Ciudad de Buenos Aires,  
en el mes de noviembre de 2025.

MAREA  
EDITORIAL