

# Milei, infocracia y lo que viene

Franklin González

*Las izquierdas no pueden contentarse  
con ser una alternativa moderada  
o reformista al neoliberalismo.  
Las personas no salen a las calles  
a votar por la izquierda para que esta sea  
una versión más humana del capitalismo.*  
Álvaro García Linera

Las elecciones realizadas en Argentina, donde salió triunfante Javier Milei y sus primeros anuncios como presidente de ese país, han generado cualquier cantidad de análisis, interpretaciones, preocupaciones y también especulaciones de todo tipo.

Se dice que es un desgraciado, un "hombre sin alma", un entregado a los intereses del capital, del imperio y del Fondo Monetario Internacional (FMI).

Lo tildan de neonazi, de ultraderechista, y predicen que convertirá a Argentina en una colonia económica; que viene de los sectores más extremistas de Estados Unidos, del trumpismo y del sionismo, y que, más allá de eso, se constituye en una tremenda amenaza para América Latina.

También se agrega que el pueblo argentino y sobre todo los jóvenes votaron por sus verdugos y que ahora verán las consecuencias, como en efecto está ocurriendo.

Pero eso, siendo cierto, no va al fondo del porqué triunfó Milei.

## La infocracia

Hoy no hay ninguna elección que tenga lugar en el mundo, y mucho menos en América Latina y el Caribe, que no sea víctima de los monopolios de la información y de sus élites empresariales. Hoy, las guerras de información se libran con todos los medios técnicos y psicológicos imaginables y la disrupción tecnológica está menoscabando el proceso democrático. Allí se inscribe ese "fenómeno" electoral, llamado Milei.

El filósofo coreano Byung Chul Han, en su texto: *Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia*, al iniciar con la descripción del régimen de la información, establece una diferencia con el régimen disciplinario que describió Michel Foucault en *vigilar y castigar*, como característica fundamental de la época moderna, donde se encontraban cuerpos dóciles, sometidos como máquinas de producción, que son portadores de energías, convertidos en ganado laboral.

Resulta que, en el capitalismo de la información, sustentado en la comunicación y las redes, el sujeto se cree libre, auténtico y hasta creativo.

Ahora, los vigilados no necesitan estar encerrados para que el control disciplinario opere con sus efectos. En esta era digital, la vigilancia ocurre a

través de los dispositivos electrónicos conectados a Internet. Su interés no está, como en la biopolítica de Foucault, en el cuerpo, sino que se apodera de la psique (psicopolítica). La sujeción producida por estos medios vigila de un modo que aparenta una falsa libertad.

Según Han, “la tecnología de la información digital hace de la comunicación un medio de vigilancia” y, por tanto, a mayor cantidad de datos generados, más intensa es la comunicación y más eficaz la vigilancia. Aquí, las personas no se sienten vigiladas, sino que, más bien, se sienten libres; y esa sensación de libertad es la que asegura la dominación. Por ejemplo, el teléfono móvil se constituye en un instrumento de vigilancia y sometimiento, que explota la libertad y la comunicación. “La dominación se consume en el momento en que la libertad y la vigilancia se aúnan”. Impera la filosofía del “me gusta”, en tanto “se produce y se realiza a sí mismo”.

Así que todo debe presentarse como información. No son las personas las que gozan de la libertad, sino la información que circula. El sistema explota la libertad en lugar de suprimirla y así se controla la voluntad en el plano inconsciente.

La primacía de la información y los algoritmos digitales se enquistan en el campo político, lo cual tiene consecuencias, sobre todo, a la hora de decidir por los nuevos gobernantes; es decir, la información es corrosiva para el proceso democrático.

La infocracia es un acontecimiento de los medios digitales y la abundancia de información hace posible la creación de algoritmos que operan con datos de los usuarios para disponer sobre sus comportamientos y preferencias. Los algoritmos digitales elaboran una psicometría o psicografía de los usuarios de las redes sociales en función de obtener un perfil de personalidad, elaborado a partir del consumo de información en la red digital.

Los algoritmos, junto a la psicometría, construyen al usuario que es sometido por el régimen de la información y este es una expresión psicopolítica; esto es, puede controlar y disponer sobre la psique humana, y, como consecuencia, facultades inherentes al ejercicio democrático como la autonomía o el libre albedrío se vulneran en nombre del dominio infocrático.

El algoritmo digital, que opera de forma arbitraria, tiende a favorecer a determinados actores o partidos políticos; y la democracia, como sistema político que defiende la soberanía del pueblo y el derecho de este a elegir y controlar a sus gobernantes, se opaca, se desdibuja, ante la infocracia como poder de la información.

De allí que, en las actuales circunstancias, las campañas electorales degeneran en una guerra de información y los partidos políticos confieren más interés al control de esta información que a la elaboración de sus propuestas y planes de desarrollo. Los votantes no están informados del programa político de un partido, sino que se les manipula con publicidad electoral, adaptada a su psicoprograma, con posverdades y *fake news* (bulos) incluidas.

## Lo que viene

Por tanto, no habrá campaña electoral, de las que se realizarán en América Latina, que no se inscriba en esa realidad; lo que significa que, con suficientes datos, se puede calcular con precisión la personalidad del usuario y eso es ideal para el mercadeo político, para los “fenómenos” electorales y para los *outsider*. En otras palabras, en las campañas electorales, entendidas como guerra de información, no son ya los mejores argumentos los que prevalecen, sino los algoritmos más inteligentes.

De allí que, en las elecciones por efectuarse, los votantes serán llamados por robots, que sustituirán a los ciudadanos y los inundarán con noticias falsas. Ejércitos de troles intervendrán en las campañas electorales difundiendo en forma deliberada noticias falsas y teorías conspirativas, con difamaciones y comentarios cargados de odio.

Pero siendo verdad lo anterior, también debemos decir que esos “monstruos” no nacen de la nada. Siempre son el producto de un pasado, y el caso de Argentina fue emblemático. Allí gobernaba el “progresismo”; y, para algunos analistas, la realidad prevaleciente era esta: una aguda crisis económica (con una inflación descontrolada del más del 100 % anual), social (con índices de pobreza cercanos al 50 % y en aumento con la inflación) y política (fuerte descrédito de quienes estaban en el gobierno).

Dos antídotos pueden ayudar a evitar esos “fenómenos”. Uno, del sociólogo y escritor boliviano Álvaro García Linera: “Las izquierdas deben ser radicales en sus reformas para resolver los problemas de la pobreza, la desigualdad, la precariedad y la inseguridad. Solo así podrán ganar la confianza de la gente y derrotar a la ultraderecha”; y dos, del periodista y sacerdote jesuita Numa Molina: “O las izquierdas latinoamericanas hacen de la coherencia una opción de vida o todas correrán el peligro de ir cayendo como castillo de naipes arrastradas por la inercia que generan los cargos y la comodidad, aunado a los negocios solapados de los que el pueblo siempre tendrá noticias”.