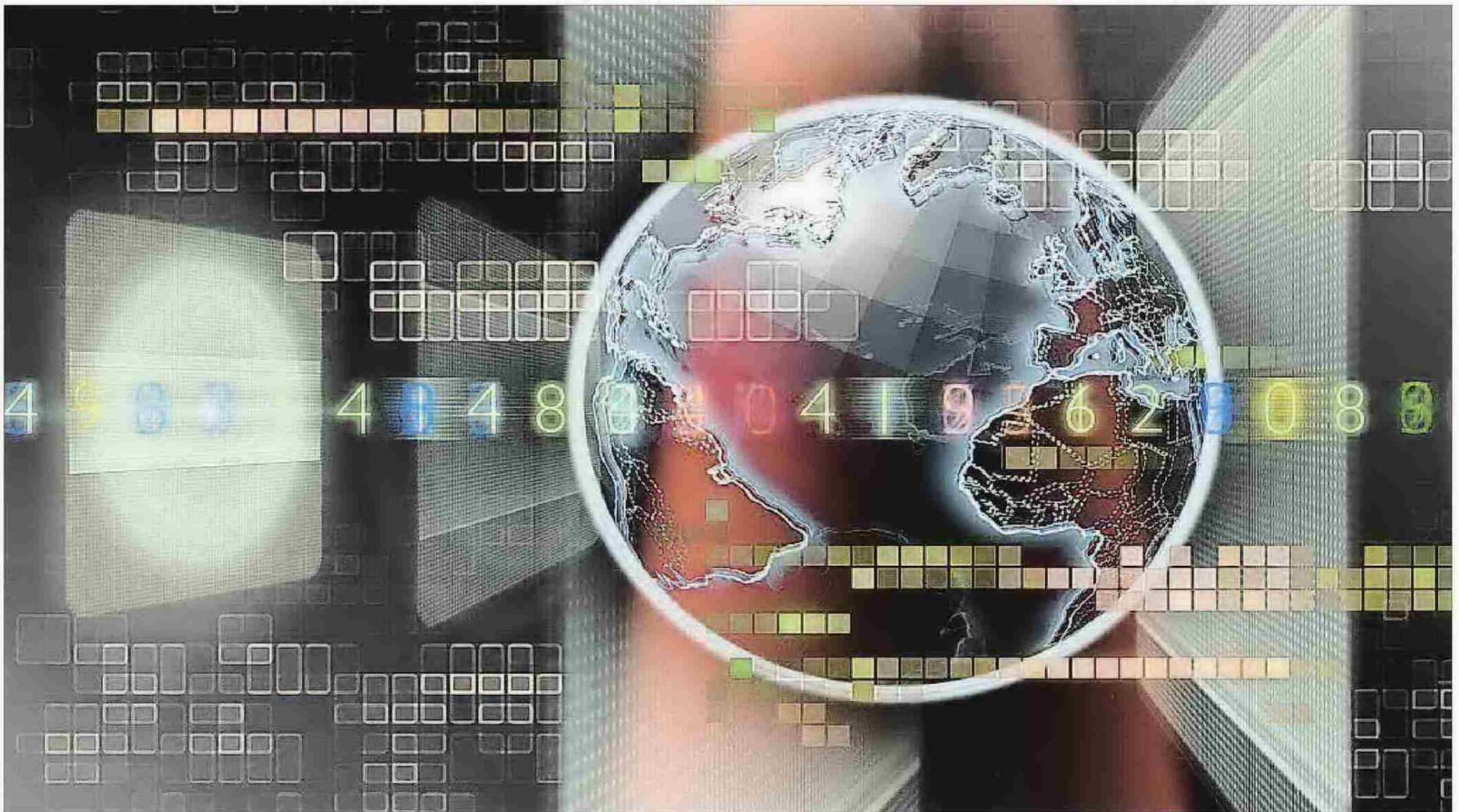


La nueva revolución digital



WILLIAM WHITEHURST / GETTY

La matemática Cathy O'Neil cree que muchos de los opacos modelos del *big data* que dirigen nuestras vidas replican los prejuicios, equivocaciones y sesgos humanos

Los perdedores del 'big data'

La cultura de los datos condiciona nuestra vida y aumenta la desigualdad

JUSTO BARRANCO
Barcelona

El capitalismo digital contemporáneo, impulsado por un sofisticado sistema de recopilación de datos en tiempo real tiene los medios perfectos para apostar por el capital humano –las personas– y separar sus activos más prometedores, mercederos de cuidados y alimentación, de los poco productivos, que son, por lo general, un lastre para el engranaje”, subraya el investigador de la tecnología Evgeny Morozov en la introducción su nuevo libro, *Capitalismo Big Tech* (Enclave). Un libro en el que el bielorruso se pregunta si el mundo poscapitalista al que están conduciendo las big tech de Silicon Valley –con buena parte del trabajo automatizado, el salario suprimido como institución social en favor de la renta básica y los pobres ya no como responsabilidad del Estado del bienestar, sino inmersos en un universo de alta tecnología para solucionar sus problemas trabajando un

rato en Deliveroo o Uber y cuidándose la salud con una app– no será un mundo neofeudal con Google o Amazon como señores de trillones de datos. Datos que, con la ayuda de imaginativos y opacos algoritmos, están ya cambiando el mundo, como muestra la estadounidense Cathy O'Neil en *Armas de destrucción matemática* (Capitán Swing), cuyo subtítulo es clarificador: *Cómo el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia*.

“Los algoritmos no actúan de forma imparcial e inocua. Toman partido y generan efectos. Favorecen a unos y perjudican a otros”, señala Víctor Sampedro en *Dietética digital* (Icaria), un libro de “autodefensa”, advierte, ante el nuevo mundo numérico. Un mundo que no es igual para todos, sino cada vez más diferente, como recordaba hace poco Eli Pariser en *El filtro burbuja* (Taurus): el 4 de diciembre del 2009 Google anunciaba búsquedas personalizadas para todos. Iba a utilizar 57 indicadores para conjeturar quién realizaba la búsqueda y qué clase de páginas le gustaban. La búsqueda de *células madre* puede

producir resultados opuestos para un científico o un activista religioso. Mundos cada vez más separados.

Pero, como subraya Cathy O'Neil en *Armas de destrucción matemática*, no es sólo una cuestión de ideas y de mundos crecientemente solipistas. Los efectos del *big data* y de los algoritmos con los que se interpretan las gigantescas masas de datos son muy palpables. Y están polarizando las sociedades creando ma-

yor desigualdad, condenando a muchas personas a no poder salir del nicho que les ha tocado en lo más bajo de la escala mientras multiplica las posibilidades de los de más arriba. Ella es matemática y, como tal la contrataron antes de la crisis económica como analista cuantitativa en un gran fondo de cobertura. Con la crisis vio que las matemáticas “podían combinarse con la tecnología para multiplicar el ca-

os de unos sistemas defectuosos”. Luego trabajó en una empresa que anticipaba con algoritmos el comportamiento de visitantes a webs de viajes: si el algoritmo determinaba a través de indicadores como la hora o el día que la persona sólo curiosoaba y no iba a gastar en Expedia, le ponían publicidad de otra agencia para ganar los céntimos del clic.

Poco a poco fue viendo que muchos de los modelos opacos del big data “programaban los prejuicios, las equivocaciones y los sesgos humanos en unos sistemas informáticos que dirigían cada vez más nuestras vidas”. Sesgos que, denuncia, suelen castigar a los pobres. Normalmente a las masas las analizan máquinas –los procesos de selección se están automatizando– y a los privilegiados, personas: entrar en un bufete de abogados de clase alta se basa más en recomendaciones y entrevistas personales. Además, en muchos trabajos gracias al big data ahora hay turnos laborales imposibles: calcula milimétricamente los camareros de cada hora.

Los nuevos algoritmos cambian desde nuestro acceso a un crédito y

Despedida por un algoritmo

□ O'Neil cuenta en su libro el caso de Sarah Wisocky, maestra de primaria muy bien valorada por el director del colegio MacFarland y por los padres de alumnos que acabó despedida por un algoritmo. La alcaldía de Washington D.C. puso en marcha un programa para corregir la deficiente situación de sus escuelas: se evaluaría a los profesores y se despediría al 2% con peores

resultados con la herramienta Impact. Nadie sabía qué valoraba exactamente este algoritmo. Wisocky acabó descubriendo que los resultados de los exámenes del curso anterior de sus alumnos estaban manipulados por sus profesores para obtener buenas notas en el algoritmo y primas de sueldo. Tras estudiar con ella parecía que sus competencias habían retrocedido.



un seguro –Allstate tenía ¡100.000 microsegmentos en su plan de precios, aprovechándose de los datos y de los colectivos menos informados para sangrarlos–, a las zonas en las que patrulla la policía en una ciudad estadounidense: los programas de predicción de delitos, señala la autora, hacen que acaben yendo a las más pobres, la mayoría negras o hispanas, y deteniendo y encarcelando a gente que comete delitos muy menores, como ser menor y beber alcohol, a los que antes ni habrían visto.

En ese país un algoritmo puede determinar si accedemos a la universidad, porque muchas están embarcadas en una guerra en la que gestionan a los estudiantes como una cartera de inversión. Para estar

BRECHA SOCIAL

“A las masas las analizan máquinas con ‘big data’; a los ricos, personas”, denuncia O’Neil

INFLUENCIA CRECIENTE

El ‘big data’ condiciona el acceso a un crédito o un trabajo y hasta dónde patrulla la policía

arriba en los rankings universitarios utilizan algoritmos incluso para predecir si los alumnos más prometedores que se preinscriben en ellas también lo harán en otras de más fama en las que podrían conseguir plaza. Y entonces no les conceden la suya, aunque quizá sí se habrían matriculado allí. Por no hablar de las universidades privadas con ánimo de lucro –muchas privadas, como Harvard, no lo tienen– que realizan con big data campañas de publicidad depredadora para personas vulnerables que han revelado sin darse cuenta sus puntos débiles en sus búsquedas de Google y a las que esas universidades de baja calidad ofrecen una educación que solucionará su dolor y sus problemas creándoles enormes deudas. Incluso la publicidad política que recibe ya cada uno en unas elecciones es distinta, está microsegmentada, y dificulta el debate público.

Como respuesta, dice O’Neil, ya hay en marcha movimientos para auditar algoritmos con robots de software que se disfrazan en la red como personas de todo tipo para ver qué trato reciben. Si los modelos matemáticos son los motores de la economía digital, concluye la autora, ahora se trata de abrir el capó para ver qué tienen dentro. □