



Le temps de l'obsolescence humaine

Bruno Patino

Grasset

París, 2026, 208 págs.

Por **Eguzki Urteaga**  *

Bruno Patino acaba de publicar su último libro, titulado *Le temps de l'obsolescence humaine*, en la editorial Grasset. Conviene recordar que el autor, diplomado del Instituto de Estudios Políticos de París y doctor por la Universidad Paris 3-Sorbonne Nouvelle, es director de la cadena de televisión Arte Francia y presidente de Arte GEIE, tras ser director de la radio France Culture y de la Escuela de Periodismo de Sciences Po París. Entre sus obras más relevantes, podemos mencionar a *Une presse sans Gutenberg* (2005) y *La condition numérique* (2013) —escritas con Jean-François Fogel—, *Télévisions* (2016) y *Tempête dans le bocal: la nouvelle civilisation du poisson rouge* (2022). Es Caballero del Orden Nacional del Mérito (2018) y Caballero de la Legión de Honor (2022) en Francia.

309

En el presente libro, Patino parte de la constatación de que “vivimos desde hace varios años las consecuencias de la revolución digital. La omnipotencia de la economía de la atención, que prospera sobre la captación de nuestro tiempo, disponible o no, (...) impone su impronta. La dependencia individual [y] la polarización de nuestras sociedades son unos fenómenos a los que nos hemos acostumbrado (...). Posteriormente, ha venido la hora de la concienciación y del inicio de la revuelta ante

* Profesor de sociología, Universidad del País Vasco, Departamento de Sociología y Trabajo Social, Facultad de Relaciones Laborales y Trabajo Social. Correo electrónico: eguzki.urteaga@ehu.eus. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8789-7580>.

los gigantes digitales que nos imponen su yugo” (p. 15). La irrupción y rápida difusión de las inteligencias artificiales abren una nueva fase marcada por la economía de la relación que prospera proporcionando una ayuda personalizada a nuestras reflexiones, decisiones y comportamientos. Precisamente, esta obra analiza esta nueva era marcada por las inteligencias artificiales en general y la inteligencia artificial generativa en particular: “”Su naturaleza profunda, lo que la ha posibilitado, el largo plazo en el que se inscribe, las consecuencias que podría tener si actuamos poco o demasiado tarde. Y, puesto que es la ley de las revoluciones, la nueva pregunta que genera: la del devenir, no de la especie humana, sino la de su naturaleza” (pp. 16-17).

Lo cierto es que, en la época de la gran fragmentación, no tenemos tiempo que perder, ya que estamos constantemente solicitados. En el planeta, somos seis billones de seres conectados, la gran mayoría está en las redes sociales y pasamos más de 18 horas semanales conectados a ellas, al tiempo que “nuestro tiempo total ante las pantallas representa prácticamente la mitad de nuestro tiempo despierto. (...) Los instrumentos, los algoritmos, nos conocen mejor que nadie. Preveen lo que nos gusta, lo que haremos, lo que nos obsesiona. Nos interpelan, nos enmarcan, nos proponen, eligen en nuestro lugar” (p. 19). En semejante contexto, irrumpen las inteligencias artificiales que son proteiformes. Difractan el tiempo y “la duración no consigue instalarse en nuestras vidas” (p. 21).

La época, no tan lejana, en la cual Internet parecía materializar unas utopías seculares, basadas en la puesta en red, la accesibilidad de la información a través de un lenguaje universal y la horizontalidad, ha dado paso a un sistema jerarquizado, mercantilizado y que produce amplificación y circulación de determinados contenidos. Ha desembocado en un panorama dominado por un tecno-capitalismo de la economía del dato: “Se nutre de cada uno de los elementos vinculados por la red, las fragmenta sin cesar y acaba atrapándolo todo” (p. 27). Dicho de otra forma, mientras que la red reúne, la economía del dato divide.

En esa economía del dato, nos hemos convertido en cifras y en la materia prima de una nueva economía. Convertidos en datos, recogidos gracias a páginas internet, teléfonos móviles y ordenadores, estamos esparcidos, reunidos, reconstituidos. No solamente conocen nuestros nombres, edades, sexos, lugares de residencia, sino también nuestras ideas políticas, inclinaciones sexuales, preferencias comerciales, comportamientos diarios, etc. Esta extracción de datos no tiene límites, dado que “ataca las facetas de nuestra personalidad, ritmo cardíaco, salud o el conjunto de nuestros deseos y pensamientos” (p. 33). Dentro de poco, como consecuencia de la conexión generalizada, no tendremos ningún secreto para estas plataformas digitales. Esta extracción generalizada de datos genera un nuevo mercado que carece de límites en el espacio y en el tiempo.

Las revoluciones de la imprenta y del telégrafo han sido sucedidas por la revolución digital que ha provocado un nuevo proceso de gran aceleración y propagación. Los principios instaurados por la imprenta (fijeza y autoridad del texto, consagración del autor como figura experta, patrimonialización del saber, desarrollo de instituciones tales como las bibliotecas, las universidades y las academias, y dominación de la cultura de

masas), son sustituidos por una era digital dominada por la oralidad, “la fragmentación, la inestabilidad, la desintermediación y la negociación permanente” (pp. 52-53).

La primera etapa de esta revolución digital está marcada por el acceso. Se inicia en 1989, cuando Tim Berners-Lee inventa el World Wide Web que permite intercambiar fácilmente ficheros en una red ya existente: Internet. Poniendo estos contenidos a disposición del público de manera gratuita, crea las autopistas de la información. “Con el World Wide Web, la función crea el órgano: todos los textos, sonidos, imágenes, se transforman en ficheros digitales y pueden, a partir de entonces, ser universalmente intercambiados. Todo se convierte en disponible, reproducible, copiable, de manera instantánea. Es una revolución para el mundo de la cultura, de la información y de la diversión” (p. 55). El acceso a la información disponible y el intercambio universal se acompaña de una horizontalización inmediata de los internautas, lo que desestabiliza a las instituciones que pierden parte de su autoridad y dejan de ser los principales productores y difusores del saber.

La segunda etapa es la de la propagación. Con la comercialización del iPhone en 2007, Apple abre la era de la conexión permanente. La pantalla se convierte en una continuación del cuerpo, su consulta es permanente y se transforma en una ventana universal. Se crean entonces unos servicios que acompañan a los internautas y unas plataformas que organizan las interacciones entre las personas. “Se trata de participar en una conversación circular infinita, en la cual cada uno puede amar, compartir y comentar. Las redes se convierten en instrumentos de ampliación y de aceleración” (p. 60) a través de los algoritmos. Y las modalidades de financiación refuerzan el proceso de centralización iniciado anteriormente. En esta economía de la atención, el tiempo de conexión representa un recurso esencial, ya que permite vender publicidad. Ese modelo provoca una dependencia individual, un deterioro de la salud mental de los usuarios y un declive de las relaciones directas entre las personas, así como una polarización de la conservación mundial.

311

La tercera etapa es la de la imbricación como consecuencia de la aparición en 2022 y la rápida difusión posterior de la inteligencia artificial generativa encarnada por ChatGPT. Si los inicios de la inteligencia artificial se remontan a 1950, cuando Alan Turing publicó el artículo “*Computing Machinery and Intelligence*”, hay que esperar a 2010 para asistir al advenimiento del *deep learning* y a 2018 para ver emerger el *large language model*: “A partir de 2025 empieza a emerger una generación multimodal y generativa de inteligencias artificiales capaces de tratar textos, imágenes y sonidos en un mismo sistema cognitivo: una fusión de los medios y de los datos capaces de transformar en profundidad la creación, la escritura y el pensamiento” (p. 67). Para poder funcionar, los *data scrapers* recogen la mayor cantidad de datos posibles para entrenar y perfeccionar las inteligencias artificiales, y “los *search crawlers* indexan estos datos para permitir a las IA efectuar unas búsquedas” (p. 68). En ese sentido, los robots son omnipresentes: “Las inteligencias artificiales generativas producen materia intelectual en cantidades vertiginosas e ilimitadas” (p. 69).

La utilización de la IA generativa conoce un auge exponencial, especialmente entre las nuevas generaciones que se informan, estudian y trabajan con ChatGPT y le piden

consejos antes de tomar cualquier decisión sobre sus vidas personales, académicas y profesionales. El modelo económico de los agentes conversacionales basados en la IA generativa conduce a decirnos lo que queremos escuchar: “No tratan de ser nuestros amigos, sino simplemente de ser el servicio referenciado en detrimento de los demás. [No se preocupan por nuestro bienestar], sino que tenemos la impresión de que nuestra felicidad y nuestro bienestar les importa” (p. 92). Estos agentes conversacionales constituyen una respuesta a la soledad experimentada por numerosas personas y propiciada por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. De hecho, según un estudio realizado por la Universidad de Harvard en 2024, “en Estados Unidos, el 24% de los 18-29 años afirman sufrir una soledad notable e insoportable” (p. 96).

Simultáneamente, la IA generativa permite crear una gran cantidad de contenidos, sean videos, canciones o textos. Así, “más de la cuarta parte de las novedades en Spotify son músicas sintéticas, hechas por IA entrenadas sobre obras existentes” (p. 105). Por lo cual, “con las inteligencias artificiales, es la relación entre el artista y la obra que cambia. La autenticidad debe ser totalmente redefinida, mientras que la posibilidad de evaluar el valor estético de una obra mi-sintética mi-auténtica es cuestionada asimismo” (pp. 106-107). A su vez, la IA permite dar vida a personas fallecidas cuyas voces e imágenes han sido previamente gravadas, al poder conversar con ellas, lo que dificulta e incluso imposibilita el duelo. Por ejemplo, Rememory “propone crear, gracias a la IA, una nueva cultura del recuerdo, permitiendo interactuar con un avatar realista del ser querido. Para ello, Rememory trabaja con la tecnología DeepBrain a partir de fotos o de grabaciones” (p. 108).

312

Con la proliferación de contenidos producidos por la IA, la realidad desaparece, dado que acaba siendo cada vez más difícil distinguir la realidad de la ficción ante la avalancha de videos, imágenes, textos y sonidos fabricados. Cada uno puede escenificar su imaginario. Las imágenes no son veraces o falsas, sino la expresión del estado de ánimo de la persona que las ha solicitado a la IA. Eso hace que vivamos, cada vez más, en un mundo ficticio. De hecho, “las máquinas, los algoritmos, los agentes de inteligencia artificial, las plataformas mezclan en permanencia lo sintético y lo auténtico, lo real y lo ficticio, lo reproducido y lo inventado, en el conjunto de lo que nos proponen. No hay dos mundos paralelos, el verdadero y el falso, sino una imbricación que se parece a un caleidoscopio” (p. 117). En ese sentido, entre manos de personas malintencionadas, la IA puede convertirse en un arma poderosa de manipulación al situar la verdad en la periferia del debate público.

Al término de la lectura de *Le temps de l'obsolescence humaine*, es preciso subrayar la gran actualidad del tema abordado, el de la tercera fase de la revolución digital marcada por la irrupción y la rápida difusión de la inteligencia artificial generativa, y la perspicacia con la cual lo analiza. Movilizando la literatura científica más contemporánea de ambos lados del Atlántico, Patino pone de manifiesto las características de esta nueva era y los desafíos que representa para las sociedades contemporáneas: la imbricación de la realidad y de la ficción, la manipulación de la opinión pública, la desresponsabilización personal, la tentación de la inmortalidad y del individuo aumentado. Llega a la conclusión de que la IA puede provocar un cambio de la naturaleza humana, lo que genera cuestionamientos

esenciales y vertiginosos. En ese sentido, la lectura de este libro, que se inscribe en la continuidad de ensayos anteriores del mismo autor, resulta imprescindible.

Bibliografía

Patino, Bruno (2016). *Télévisions*. París: Grasset.

Patino, Bruno (2022). *La civilisation du poisson rouge: petit traité sur le marché de l'attention*. París: Grasset.

Patino, Bruno & Fogel, Jean-François (2005). *Une presse sans Gutenberg*. París: Grasset.

Patino, Bruno & Fogel, Jean-François (2013). *La condition numérique*. París: Grasset.