

C
Columna



Guillermo Bustamante

¿Le creemos demasiado a la Inteligencia Artificial?

Negar que la Inteligencia Artificial (IA) es un tema de moda sería iluso. Su adopción y masificación permiten que, con apenas unos conocimientos básicos, cualquiera transforme una foto en una caricatura o analice grandes volúmenes de datos en muy poco tiempo. Estos usos cotidianos, aunque parecen inofensivos, encierran una paradoja: por un lado, la IA facilita la producción, distribución y verificación de información; pero, por otro, perfecciona la forma en que los contenidos falsos se vuelven prácticamente indistinguibles de los reales. Esto representa un gran desafío para la democracia.

La evidencia indica que,

científica, con el objetivo de desinformar y generar confusión en los electores.

Este tipo de contenidos circula principalmente por redes sociales, un espacio donde el Servicio Electoral no tiene atribuciones fiscalizadoras y donde tampoco existe una legislación clara sobre el uso de estas tecnologías en contextos políticos.

El problema no es la tecnología en sí, sino sus usos y las actitudes hacia ella. En buenas manos, la IA puede servir para verificar contenidos y combatir la desinformación. Por eso, es urgente avanzar en políticas públicas que regulen sus usos en contextos sensibles, como las campañas electorales.

“La evidencia indica que quienes tienen actitudes más críticas y mayor conocimiento sobre la IA son menos susceptibles a caer en desinformación”.

en periodos electorales -como el que vivirá Chile este año- la desinformación se propaga más rápido que la información verificada, lo que puede afectar directamente la percepción de los votantes. Así lo demuestra un estudio que publicamos con Magdalena Saldaña, Ximena Orchard y Sebastián Rivera, en el marco de nuestras investigaciones en el Núcleo Milenio para el estudio de la Política, la Opinión Pública y los Medios en Chile.

Entonces, ¿qué rol tendrá la IA en esta próxima campaña electoral? Uno positivo: permitirá a equipos políticos reducir los tiempos de producción de contenido y destinarlos al diseño de mejores propuestas y planes de acción. Y otro negativo: facilitará la creación de textos, imágenes y videos con apariencia verídica pero alejados de los hechos reales y la evidencia

También es necesario estudiar cómo nos relacionamos con estas tecnologías. La evidencia indica que quienes tienen actitudes más críticas y mayor conocimiento sobre la IA son menos susceptibles a caer en desinformación. En cambio, son más vulnerables quienes confían ciegamente en ella y no comprenden cómo funciona.

La clave está en erradicar la idea de que “si lo dijo la IA o lo vi en redes sociales debe ser cierto”, y avanzar hacia un modelo donde, mediante alfabetización digital y educación sobre inteligencia artificial, la ciudadanía evalúe críticamente la información que consume. Así evitaremos reforzar creencias erróneas o reproducir discursos alejados de la evidencia. Porque, como bien dijo el presidente Boric, “ni la tierra es plana ni las vacunas son inseguras”.

***Centro de Estudios de la Comunicación (ECU) U. de los Andes**