

Fecha: 01-02-2026
Medio: La Discusión
Supl.: La Discusión
Tipo: Noticia general
Título: Sin asignar

Pág.: 15
Cm2: 184,1
VPE: \$ 183.327

Tiraje:
Lectoria:
Favorabilidad:

3.500
Sin Datos
☐ No Definida

de “conversemos” justo antes de decisiones importantes. Ojo, nadie es culpable por aparecer en un papel o en un audio; para eso están los tribunales. Pero cuando nombres de distintos partidos terminan girando en la misma órbita de operadores y beneficios, la cosa deja de ser casualidad y empieza a oler a sistema.

Surgen depósitos “entre conocidos”, pegados que aparecen en el momento preciso, gestiones solidarias que coinciden qué casualidad con votaciones o nombramientos sensibles. Todo puede tener explicación, claro. Además, quién no ha necesitado ayuda alguna vez. Y es que el problema no es un gesto aislado, sino la repetición, la cercanía al poder, la cocina cerrada. Ahí la confianza se evapora, despacito.

La democracia no se desgasta solo con condenas, sino con la sospecha constante de que hay una puerta lateral para los que tienen agenda guardada en el celular correcto. Cada arista es otra muñeca que se abre: adentro hay otra, más pequeña, más incómoda. La pregunta ya no es quién cae, sino quién se atreve, de verdad, a cortar el hilo.

Ricardo Rodríguez Rivas

Envejecimiento acelerado

Señor Director:

Chile enfrenta un proceso de envejecimiento poblacional que dejó de ser una proyección futura: hoy es una realidad. Según las recientes cifras del INE, en 2026 las personas de 65 años y más representan cerca del 14 % de la población, mientras que el índice de envejecimiento supera los 80 adultos mayores por cada 100 menores de 15 años. Esta transformación responde a la baja fecundidad, el aumento sostenido de la esperanza de vida y la disminución de la población infantil y juvenil.

Una de las consecuencias más relevantes es el incremento de la tasa de dependencia, que refleja cuántas personas mayores dependen de la población en edad de trabajar. En términos simples, cada vez hay menos personas activas sosteniendo a un número creciente de jubilados. Esto genera presión sobre los sistemas de pensiones, salud y educación, aumenta el gasto público y desafía la sostenibilidad fiscal.

El riesgo mayor para Chile es la contracción progresiva de su población activa. Menos trabajadores implican menor crecimiento económico, escasez de mano de obra, aumento de costos y una necesidad creciente de recursos fiscales. Para evitar que esta tendencia se convierta en un problema

estructural, es imprescindible adoptar medidas oportunas: fortalecer los derechos reproductivos como política de salud pública, promover el envejecimiento saludable y planificar de manera estratégica.

Aunque este fenómeno es global, la velocidad del envejecimiento en Chile exige actuar con urgencia. Nuestro desarrollo dependerá de la capacidad de adaptarnos a una sociedad más longeva sin sacrificar productividad, equidad intergeneracional ni cohesión social.

María Jesús Hald

Directora Educación Continua UNAB

La inteligencia artificial en la publicidad

Señor Director:

La irrupción de la inteligencia artificial en la publicidad constituye uno de los cambios más profundos y acelerados de las últimas décadas. Hoy es posible generar avisos en segundos, crear imágenes y videos sin cámaras y segmentar audiencias con una precisión inédita. En este escenario, la pregunta ya no es si regular, sino cómo utilizar esta herramienta de manera responsable.

El reciente informe del ICAS, el Consejo Internacional de Publicidad y Autorregulación, destaca que la inteligencia artificial ofrece oportunidades extraordinarias para la industria, como mayor creatividad y eficiencia. Sin embargo, también advierte riesgos éticos y sociales relevantes, entre ellos los sesgos en los datos, la pérdida de privacidad, la opacidad de los algoritmos y la proliferación de deepfakes, que pueden erosionar la confianza en los mensajes publicitarios.

En este contexto, la autorregulación publicitaria, basada en principios esenciales como ser legal, decente, honesta y veraz, debe adoptarse con urgencia. Tal como señala el artículo 34° del CChEP, la transparencia en el uso de inteligencia artificial, el respeto a la propiedad intelectual, la verificación de los contenidos y el compromiso con la diversidad e inclusión no pueden quedar supeditados a legislaciones que suelen llegar tarde frente a la velocidad del cambio tecnológico.

La confianza del consumidor es el activo más valioso de la publicidad. Apostar por una inteligencia artificial ética y responsable es una condición indispensable para el futuro de la industria.

Maribel Vidal

Directora Ejecutiva de CONAR