

Editorial

La IA y su uso en elecciones de EU

En la carrera presidencial de Estados Unidos de 2024, la realidad está en juego. Los videos ultrafalsos de Clinton y Biden -realistas pero inventados, creados por algoritmos de inteligencia artificial entrenados a partir de material en línea- son algunos de los miles que están apareciendo en las redes sociales, desdibujando la realidad y la ficción en el polarizado mundo de la política estadounidense.

Aunque este tipo de medios sintéticos existen desde hace varios años, se han acelerado en el último año gracias a una serie de nuevas herramientas de "inteligencia artificial generativa", que hacen que sea barato y fácil crear falsificaciones convincentes. Va a ser muy difícil para los votantes distinguir lo real de lo falso. Y uno podría imaginarse cómo los partidarios de Trump o los de Biden podrían utilizar esta tecnología para hacer quedar mal al oponente.

Podría haber cosas que aparezcan justo antes de las elecciones y que nadie tenga la oportunidad de desmentir.

Aunque las principales plataformas de redes sociales, como Facebook, Twitter y YouTube, se han esforzado por prohibir y eliminar los ultrafalsos, su eficacia a la hora de controlar los contenidos varía.

Este año se han publicado en Internet tres veces más de videos ultrafalsos de todo tipo y ocho veces más manipulaciones de voz que en el mismo periodo de 2022, según DeepMedia, una empresa que trabaja en herramientas para detectar medios sintéticos.

En total, DeepMedia calcula que en 2023 se compartirán en todo el mundo unas 500,000 imitaciones de video y voz en las redes sociales. Clonar una voz solía costar hasta finales del año pasado 10,000 dólares en valor de servidor y formación en IA, pero ahora las empresas lo ofrecen por unos pocos dólares, afirma.

Según las personas entrevistadas, nadie sabe a ciencia cierta a dónde conduce la IA generativa ni cómo protegerse eficazmente de su poder para provocar una desinformación masiva.

La integridad de las elecciones es un importante motivo de preocupación: se busca una rápida regulación del sector.

Mientras el sector se debate sobre cómo evitar el uso indebido, algunos políticos intentan aprovechar el poder de la IA generativa para mejorar sus campañas.

El potencial de la IA generativa para redactar correos electrónicos, mensajes y anuncios de campaña es irresistible para algunos activistas que creen que esta tecnología de bajo costo podría nivelar el terreno de juego en las elecciones.

Las consultoras políticas también están tratando de aprovechar la IA, enturbiando aún más la línea entre lo real y lo irreal.

¿Nocaut técnico?



INVERSIONISTA SONORA

Lic. Juan Manuel Mancilla Leal
Presidente del Consejo
de Administración

Luz Mercedes Moreno Lara
Directora General

María Delia López López
Gerente Administrativo

Reporteros
Amalia Beltrán

Diseño Editorial
Diana Isela Romero Gómez

Caricaturista
Iván López

Colaboradores
Jesús Alberto Rubio
José Rentería Torres

Héctor Villalba
Luis A. Galaz
Marco A. Paz
Abel Monjaraz
Octavio Galaz
Aurora Retes

Guillermo Moreno Ríos
Azálea Lizárraga
Olga Armida Grijalva
Germán Palafox Moyers
Alejandro F. Miranda

www.inversionistasonora.com

Semanario para
"EL INVERSIONISTA"
edición Sonora, Boulevard
Rodríguez #20, colonia Centro,
Hermosillo, Sonora, México.
Teléfonos 212•16•49
y 212• 16• 94

Los artículos de nuestros
colaboradores no reflejan
necesariamente el criterio
editorial de la empresa.