



Elecciones e información

Vivimos en los tiempos de los Fake News. De por sí teníamos ya un reto con la información en tiempos electorales y ahora llegamos al 2024 con dos ingredientes que harán el reto de informar e informarnos uno mucho más complicado.

Con las redes sociales sabemos que la información viaja a una gran velocidad. Y dentro de esta información bien se dice que mientras la mentira ya corrió y le dio la vuelta al mundo, la verdad apenas se está amarrando las agujetas. Pero tenemos que pensar ahora en el enorme reto que representa la Inteligencia Artificial (IA).

En estos días, a manera de advertencia sobre lo que se viene, el *New York Times* publicó imágenes verdaderas a la par de otras generadas con IA. Intentar diferenciar cuál es la auténtica de la ficción es casi imposible.

La información académica sugiere que la población de mayor edad es la que tiende a compartir más videos falsos y los más jóvenes son los que más fácil se creen lo que ven en redes sociales, en especial en TikTok.

En México no tenemos tanto dato como el que hay en Estados Unidos respecto a estos temas pero, si nos guiamos por las tendencias de aquel país, el problema no son solamente los Fake News y la IA, también la simple amenaza de su existencia genera retos. De acuerdo con una encuesta de Axios, 53 por ciento de los estadounidenses creen que la desinformación generada con IA tendrá un efecto en el resultado de sus elecciones de noviembre próximo. Esto en si es un círculo vicioso

que genera desconfianza en los medios de comunicación, tradicionales o no.

Otro reto al que nos enfrentamos desde ya con la IA y la desconfianza que genera es que cuando un político es captado en una situación reprochable, su argumento puede ser escudarse en decir que dicha información es falsa y que fue creada o generada con Inteligencia Artificial. Eso vimos en el caso Martí Batres con una grabación de WhatsApp en la que hablaba de como fortalecer a Clara Brugada frente a Omar García Harfush en sus aspiraciones por la CDMX, a pesar de lo que "la Jefa" Claudia Sheinbaum quisiera. La respuesta inmediata de Batres para defenderse fue decir que esa grabación fue hecha con IA.

A todo esto hay que agregarle el ingrediente en México de un López Obrador y su partido, Morena, que no tienen ni empacho ni la menor preocupación por los daños que una campaña plagada de mentiras y falsedades pueda tener para el país.

Por el contrario, lejos de querer robustecer a los medios de comunicación establecidos y a los periodistas con años de carrera, tenemos a un Presidente que no se cansa de atacar. Ha ocurrido a lo largo del sexenio pero se ha recrudecido conforme llega el final de su mandato.

La Mañanera de AMLO en la que habló de que los dueños de Imagen y Fórmula no le hacen caso respecto a sacar a Ciro Gómez Leyva, o el enojo de esta semana con Azucena Uresti por no explicar a qué circunstancias se refiere en su mensaje anunciando su salida de Milenio TV son dos claros y burdos

ejemplos del enorme desdén por un periodismo serio e informado en México, en especial en tiempos electorales.

La situación pinta para pasar de complicada a complejísima por la tecnología en sí misma y por un mandatario que, cegado de poder, no solo no alcanza a dimensionar el tamaño del reto, además está listo con su cajita de cerillos, aventándolos a la hoguera de las Fake News, los Deep Fakes, y demás herramientas de desinformación. ●

@AnaPOrdorica

www.anapaulaordorica.com



Lejos de querer robustecer a los medios de comunicación y periodistas establecidos, tenemos a un Presidente que no se cansa de atacar.

