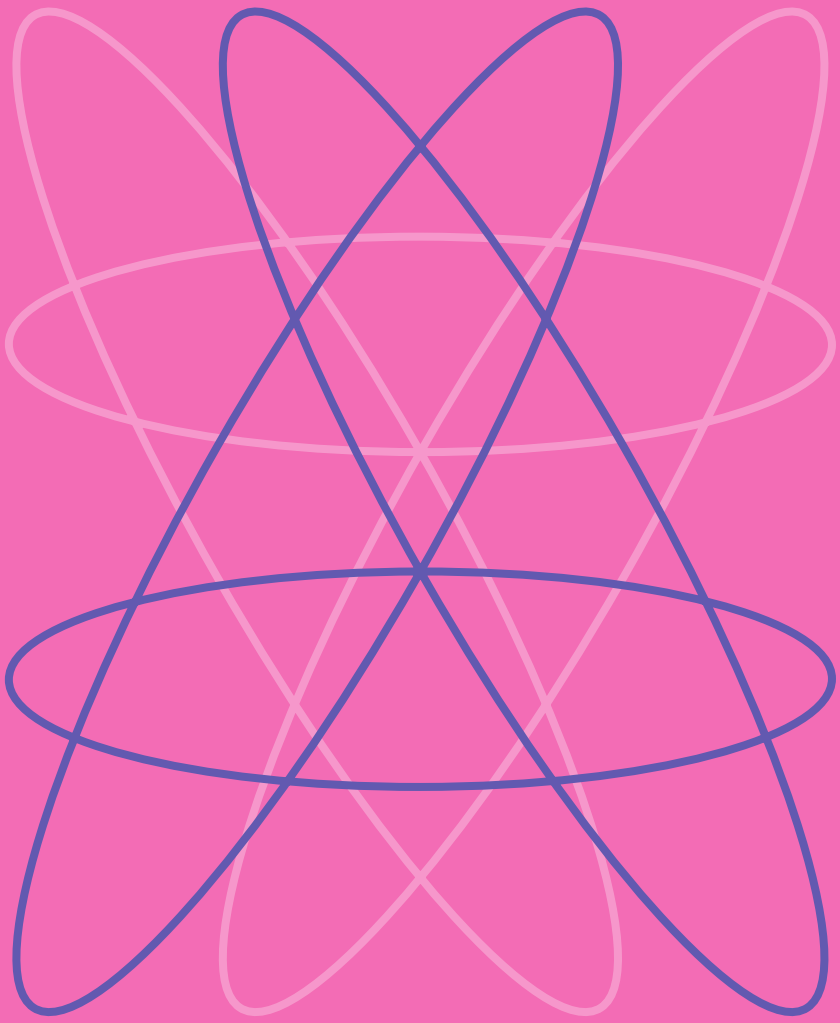
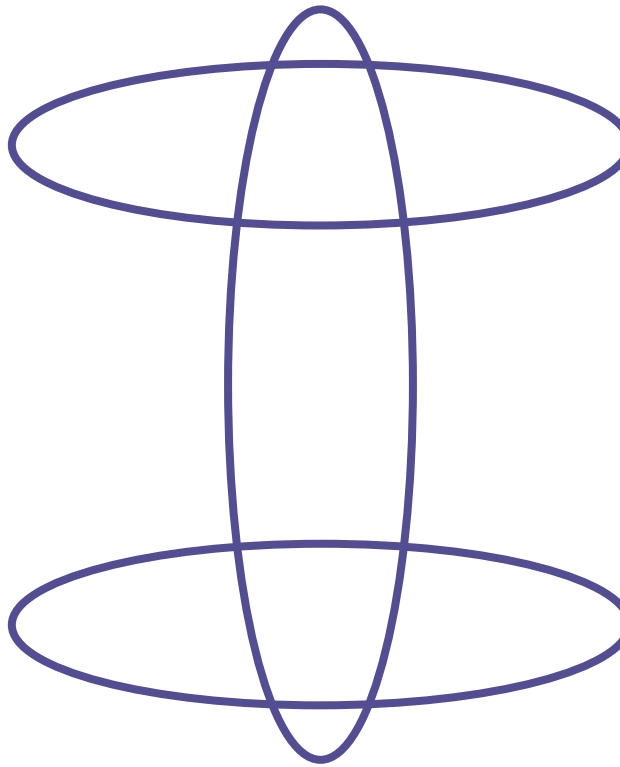
INTELIGENCIA ARTIFICIAL

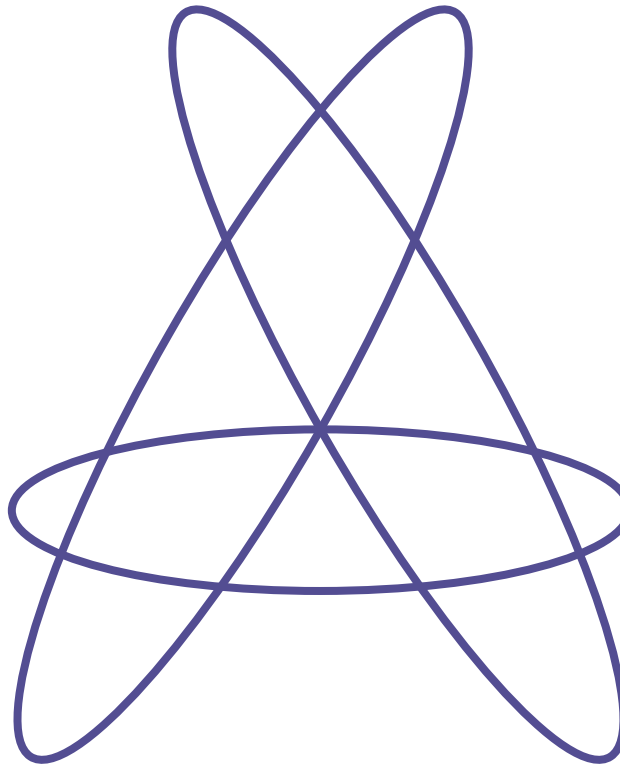


DISCUSIONES AMPLIAS DESDE LO CULTURAL

INTELIGENCIA ARTIFICIAL



DISCUSIONES AMPLIAS DESDE LO CULTURAL



INTELIGENCIA ARTIFICIAL:
DISCUSIONES AMPLIAS DESDE LO CULTURAL

MINISTRO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y LOS SABERES
Juan David Correa Ulloa

VICEMINISTRA DE LOS PATRIMONIOS, LAS MEMORIAS Y GOBERNANZA CULTURAL
Saia Vergara Jaime

VICEMINISTRA DE LAS ARTES Y LA ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA
Yannai Kadamani Fonrodona

SECRETARIA GENERAL
Luisa Fernanda Trujillo Bernal

DIRECTORA DE AUDIOVISUALES, CINE Y MEDIOS INTERACTIVOS – DACMI
Diana Díaz Soto

COORDINADOR DEL GRUPO DE COMUNICACIONES – DACMI
Jaime Conrado Juajibioy

EQUIPO ESTRATEGIA DIGITAL ES CULTURA
Maritza Serrano Villamil
Nazly López
John Alexander Garzón Moreno

COMPILADORA
Elva Mónica García Bustamante

ISBN 978-958-753-678-2

Derechos reservados para los autores.
Prohibida su venta.

Atribución – No comercial – Sin derivar

MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y LOS SABERES

Calle 9 n.° 8-31, Bogotá
Teléfono: 601 342 4100
www.mincultura.gov.co

Síguenos en nuestras redes sociales

@minculturascolombia
@mincultura
@MinisterioCultura
@Mincultura
@Minculturas

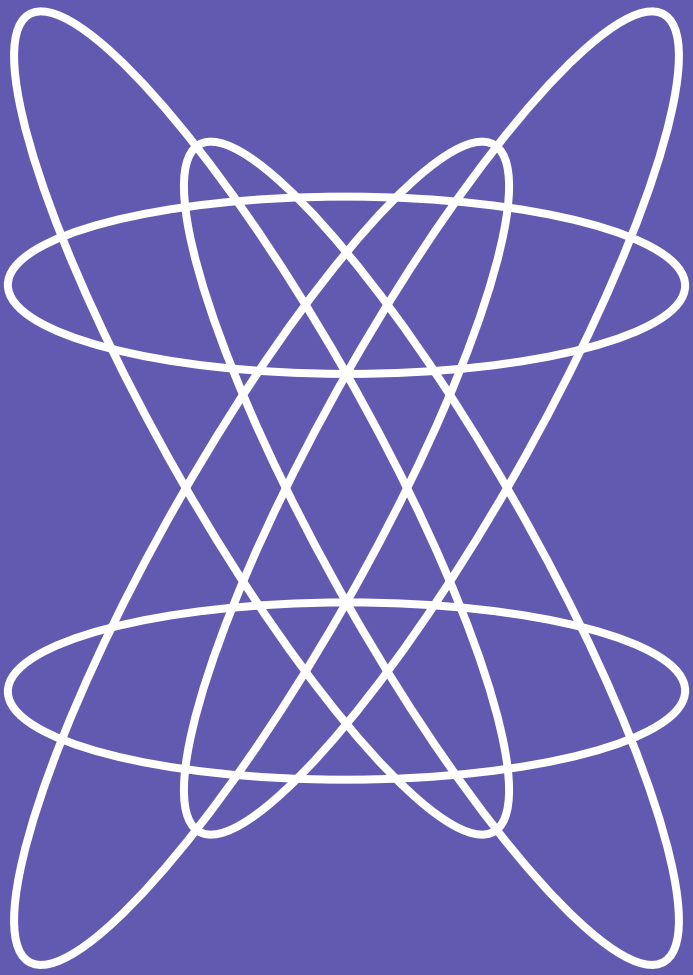
MiCASa

Culturas

EL MINISTERIO
DE LAS CULTURAS,
LAS ARTES Y LOS SABERES
CON LA PONTIFICIA
UNIVERSIDAD JAVERIANA
Y LA UNIVERSIDAD
DEL ROSARIO INVITARON
A LOS EVENTOS:

- Inteligencia Artificial, participación y nuevas ciudadanías.
- Desafíos de la IA para el sector cultura.

Con el ánimo de generar una discusión amplia acerca de IA en la sociedad, aquí se recogen algunas ideas para provocar conversaciones pendientes que impulsa el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes.



CONTENIDO

9 PRESENTACIÓN

13 INTRODUCCIÓN

17 PARTICIPANTES

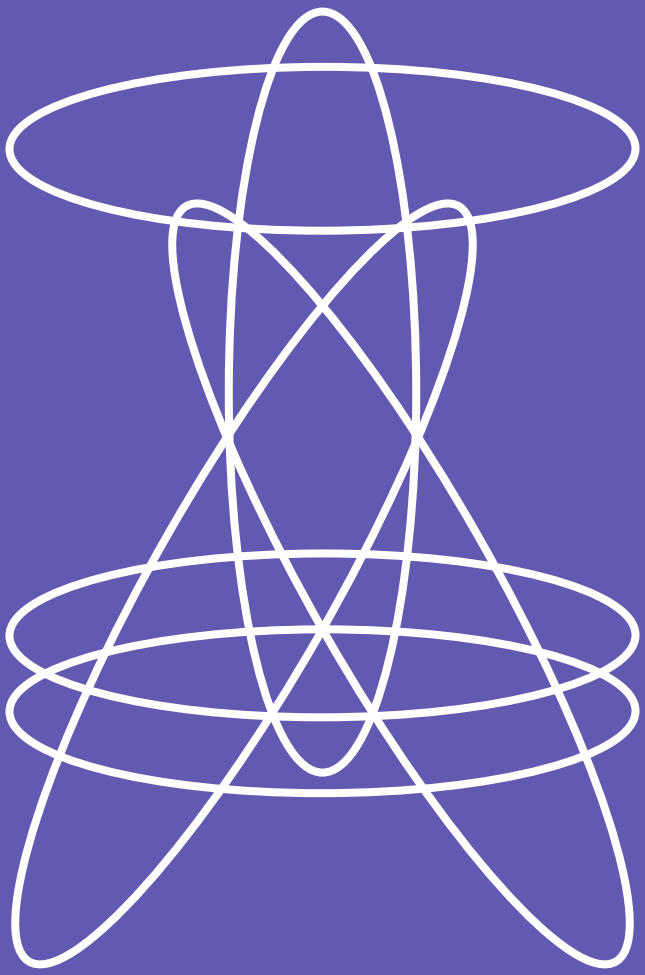
27 DESAFÍOS DE LA IA PARA EL SECTOR CULTURAL EN COLOMBIA

- 28 *¿Un Leonardo Da Vinci en nuestros computadores?* Tomás Molina (Ph.D)
- 36 *Comunicación y participación de la IA en el sector cultura*

41 EXPERIENCIAS CON LA IA

- 42 *Regular la comunicación en tiempos de IA* Malvina Rodríguez
- 50 *¿Domar o ser domadas por el algoritmo?* Fundación Karisma
- 58 *Periodismo con la IA, experiencia de Cuestión Pública* Claudia Báez

67 IA Y LAS NUEVAS CIUDADANÍAS



PRESENTACIÓN

Grupo de Comunicaciones - DACMI

La emergencia de lo digital en el ámbito cotidiano obliga a considerar este fenómeno desde múltiples perspectivas: la de los creadores, la de los contenidos y la de los consumidores, por ejemplo. Por eso es necesario que los agentes involucrados en esta cadena obtengan herramientas que les permitan la alfabetización digital, y que, desde criterios de calidad y libre expresión, produzcan y consuman contenidos que contribuyan a la construcción de memoria y faciliten su acercamiento a este sector productivo, asociado a la economía popular y creativa.

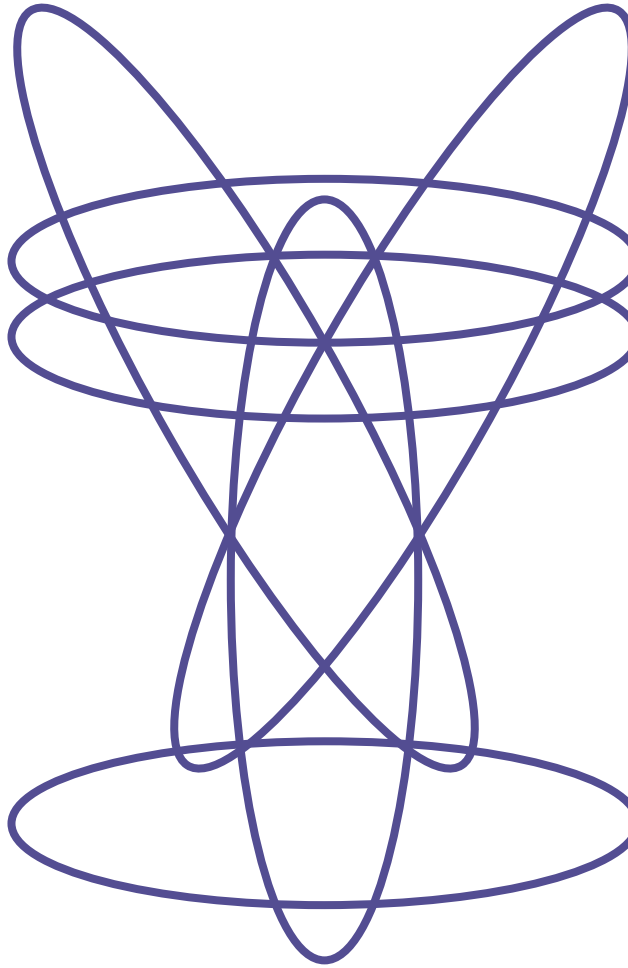
Desde el Grupo de Comunicaciones de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos (DACMI), del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, hemos querido contribuir a la discusión sobre lo digital mediante la estrategia Digital es Cultura, emprendida en 2024. Enmarcada en el Plan Nacional de Desarrollo 'Colombia, potencia mundial de la vida', e íntimamente relacionada con las Economías culturales y creativas, uno de sus objetivos ha sido fomentar la creación digital en zonas priorizadas del país a partir de la formación, creación y circulación de contenidos en formatos y lenguajes como la animación digital, los videojuegos, los proyectos transmedia, las realidades expandidas y los contenidos digitales para redes sociales. En ese contexto, la Inteligencia Artificial, herramienta facilitadora de procesos, está en el centro del fenómeno en tanto es usada cada vez con mayor frecuencia, pero, a la vez, suscita discusiones que tienen que ver, entre otras, con la calidad de la información a la que tenemos acceso.

Fortalecer espacios de reflexión, formación, creación y circulación alrededor de la cultura digital, los medios interactivos e inmersivos a partir de procesos colaborativos que deriven en la comprensión de los territorios y su diversidad cultural, así como la apropiación de

herramientas que permitan la producción de contenidos que propicien el diálogo son apuestas estratégicas del Plan Nacional de Cultura 2024 – 2038 "Cultura para el cuidado de la diversidad de la vida, el territorio y la paz". De ahí que nos hayamos impuesto el deber de indagar en torno a la presencia de la Inteligencia Artificial en el contexto colombiano y latinoamericano.

¿Cuáles son los desafíos que plantea la IA al sector cultural de Colombia? ¿Cómo se garantiza el acceso a una información sana, libre y veraz? ¿Qué tiene que aportar la IA a los creadores de contenidos desde las regiones más apartadas de Colombia? ¿De qué hablamos cuando hablamos de nuevas ciudadanías digitales en tiempos de la IA? ¿En qué está Colombia en cuanto a legislación e Inteligencia Artificial? Estas y otras inquietudes fueron abordadas por expertos en las mesas de trabajo propuestas por nuestro equipo.

La publicación que el lector tiene en sus manos recoge respuestas y da paso a nuevas preguntas. Al final, nos hemos dado cuenta de que sigue siendo necesario incidir sobre la reducción de las brechas de acceso a la tecnología, proponer una formación de creadores y de consumidores conscientes, insistir en la circulación de los contenidos y del conocimiento en torno al "quehacer", tanto en sectores que han demostrado importancia en la cadena de valor, como con los nuevos creadores en los territorios, a través de acciones que posibiliten la reflexión y el contexto de los territorios, el intercambio de saberes, la formación como capacidad instalada, el apoyo a la producción de contenidos y la circulación de las distintas miradas plasmadas en medios diversos que conforman el entramado de país.



INTRODUCCIÓN

Grupo de Comunicaciones - DACMI

En 2024, el Ministerio de la Culturas, las Artes y los Saberes precisó abrir el diálogo sobre la Inteligencia Artificial en espacios académicos, institucionales y populares. En algunos de ellos fue común adentrarse en dicha reflexión a partir de escenarios distópicos como los imaginados en la literatura o el cine; un ejemplo es Hal 9000, la perspicaz computadora encargada de llevar con éxito la tripulación de la Discovery 1 a Júpiter en *2001: Odisea del espacio* de Stanley Kubrick, y que ha servido de inspiración, con símiles e hipérboles, a la hora de darle personalidad a la denominada IA.

En esta como en tantas otras discusiones ha servido la manifestación artística para que la creatividad cuestione la creatividad misma, algo que hoy genera expectación entre las personas relacionadas con la cultura y da paso a diferentes posturas respecto a un fenómeno que muta todos los días. Se trata de un escenario en el que llama la atención que la cultura, tradicionalmente puerta de entrada y salida al *machine learning* o aprendizaje automático, no está en la primera línea de discusión sobre la IA, a diferencia de otros sectores como la seguridad, la educación o la salud.

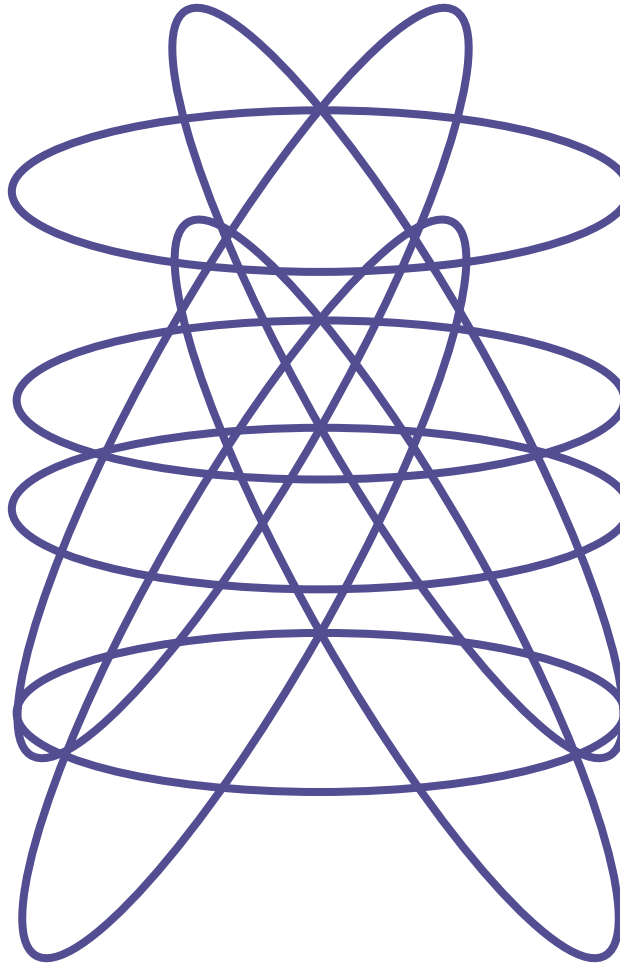
Es por eso que se hace necesario identificar el contexto en el que la IA interpela a la cultura, a sus manifestaciones y a los sectores creativos en Colombia en la actualidad. Lo primero es reconocer que ya existe un marco normativo y ético que estuvo acompañado de acciones de gobierno congruentes con lineamientos internacionales, tales como el establecido por la Asamblea General de la ONU, que aprobó de forma unánime la resolución no vinculante sobre *Sistemas de inteligencia artificial seguros, protegidos y fiables*, en referencia al trabajo, la propiedad intelectual de creadores, artistas y

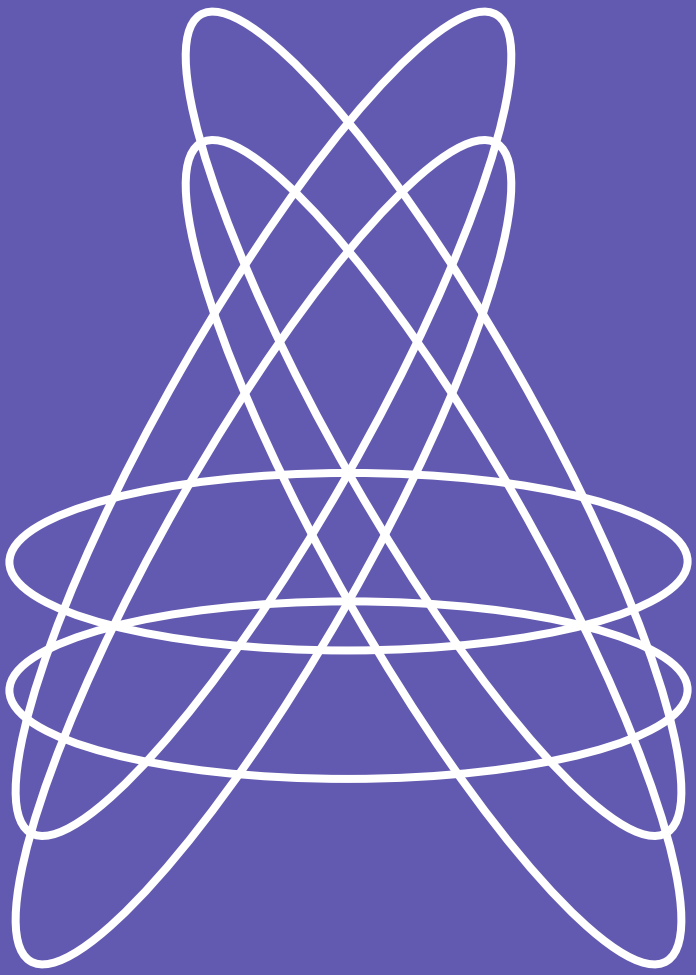
medios, la privacidad y protección de datos personales y la calidad de la información.

En ese orden, resulta igualmente importante que la UNESCO haya delegado a Colombia, junto a otros diecisiete países en colaboración con la Comisión Europea, la implementación ética de la IA; también que se haya iniciado la construcción de la *Hoja de ruta* para la adopción ética y sostenible de la Inteligencia Artificial en Colombia, a cargo de la mesa técnica conformada por MinCiencias, Cancillería, DNP, Presidencia y MinTIC. Este ejercicio fue el insumo de la construcción del documento CONPES de IA, que busca consolidar una política pública para impulsar, aprovechar y democratizar la IA en el país.

Por otra parte, están los sectores de las economías culturales y creativas que de manera orgánica vienen apropiando las bondades que permite la IA, y que van desde la agilización de tareas extensivas o la manipulación de grandes volúmenes de datos, reconociendo desafíos como la cualificación profesional de las y los creadores, conscientes de la brecha implícita al ser parte del Sur global.

Con este panorama, este documento pretende recoger discusiones y ponencias académicas propiciadas por el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes en distintos escenarios, que van desde la relación fundamental entre la IA y la producción artística, hasta los dilemas del uso de esta tecnología en el ámbito de la comunicación y el periodismo. Queda planteado aquí un mapa con grandes aristas en torno a las virtudes y riesgos de la IA en el sector cultural colombiano, que pueden seguirse desarrollando bajo la perspectiva determinante de los trabajadores de la cultura.





PARTICIPANTES

Los textos contenidos en este libro corresponden a la memoria de dos eventos académicos que lideró el proyecto Digital es Cultura, del Grupo de Comunicaciones de la DACMI, junto a universidades privadas de Bogotá, con el objetivo de debatir sobre la Inteligencia Artificial.

El primero de ellos se realizó como antesala a los 30 años de la Cátedra Unesco de la Comunicación en la Pontificia Universidad Javeriana, el 22 de octubre del año 2024, y llevó por nombre *Inteligencia Artificial, participación y nuevas ciudadanías*. Tuvo dos momentos, a saber:

Panel 1, Nuevas ciudadanías e Inteligencia Artificial

Aquí se dialogó acerca de cómo interpelar el uso y el desarrollo de la IA en diferentes grupos poblacionales, teniendo en cuenta que oficia como una herramienta creativa potente y a su vez tiene el riesgo de nuevas brechas digitales y reproducir sesgos en su capacidad de representación. La conversación se dinamizó a partir de tres preguntas orientadoras: ¿Cómo describir la relación entre cultura e Inteligencia Artificial y cuál es su dimensión ética hoy?, ¿cuáles son las oportunidades y retos del uso de la IA a favor de la democratización de los saberes y la inclusión de grupos poblacionales? y ¿cómo va la apropiación de esta tecnología en diferentes sectores sociales para prevenir la profundización de la brecha digital? Los invitados a este evento fueron:

ÁLVARO MONTES
Director de Inteligencia Artificial Colombia (Prisa Media), editor de Tecnívoro y representante de la Fundación IAJuntos, con más de dos décadas de experiencia en el uso de las TIC en entornos de educación y desarrollo social, así como en la producción de contenidos relevantes y periodismo tecnológico. Publica textos en revista SEMANA y es asesor de organizaciones gubernamentales (MEN, MinAgricultura, MinCulturas), agencias de cooperación internacional (Cooperación alemana GIZ) y ONG en estrategias, capacitaciones, moderación de eventos y procesos, en estudios de caso y en solución de problemas.

MARÍA PAULA MARTÍNEZ
Politóloga, periodista, *podcaster*. Con más de 13 años de experiencia el sector de la comunicación y la cultura, la formación y diseño de proyectos de comunicación con enfoque plural. Fue becaria (2015) del programa de Chicas Poderosas en la Radio Pública de los Estados Unidos NPR y de #CambiaTuhistoria en 2024.

Es *podcaster* en @PresuntoPodcast. Profesora del Centro de Estudios en Periodismo de la Universidad de los Andes. De 2015 a 2017 fue coordinadora del Programa Bogotá Cuentas las Artes, del Idartes y la Fundación Arteria. Fue directora de comunicaciones de MinCulturas. Fue subdirectora de la FLIP y directora de convergencia de Canal Capital.

LUIS FERNANDO NIÑO VÁSQUEZ

Ingeniero de Sistemas y Magíster en Ciencias Matemáticas de la Universidad Nacional de Colombia; Magíster y Doctorado en Ciencias de la Computación de la Universidad de Memphis y profesor titular de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Colombia.

Su principal área de investigación y docencia es la Inteligencia Artificial y sus aplicaciones, especialmente en ciencias biomédicas.

Ha sido autor de un significativo número de publicaciones nacionales e internacionales. Actualmente dirige el Grupo de Investigación Laboratorio de Investigación en Sistemas Inteligentes (LISI) y el semillero de investigación en Inteligencia Artificial IMPERIUS.

Panel 2, Experiencias de comunicación y participación desde la Inteligencia Artificial

Aquí se presentaron tres experiencias en investigación y desarrollo de la Inteligencia Artificial en los campos del periodismo, los derechos humanos y la propiedad intelectual. Estuvieron presentes:

CATALINA MORENO
Codirectora de la Fundación Karisma. Creada en 2003, es una de las organizaciones con mayor trayectoria en investigar la relación entre tecnologías y derechos humanos en Colombia. Sus estudios muestran los impactos de la IA en diferentes ámbitos sociales y protege y promueve los derechos humanos y la justicia social en el diseño y uso de las tecnologías digitales.

CLAUDIA BÁEZ
Innovadora digital y de IA. Cofundadora y exdirectora del medio digital Cuestión Pública. Es una reconocida periodista de investigación y de datos, además ejecutiva y estratega de emprendimientos. Líder de investigaciones galardonadas con premios como el Rey de España, Sigma Awards y la Sociedad Interamericana de Prensa, entre otros.
En 2019 recibió el Alumni Impact Award del Departamento de Estado de los Estados Unidos. Certificada por la Universidad de Harvard en narrativa pública y liderazgo. Cuenta con un Máster en Estudios del desarrollo Económico y Social de la Universidad La Sorbona de París.

MALVINA RODRÍGUEZ
Licenciada en Comunicación Social y Magíster en Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Doctora en Ciencias Sociales y Económicas por la Universidad Erlangen-Nuremberg de Alemania. Docente e Investigadora, directora Alterna del Doctorado en Ciencias Sociales del Instituto A.P. de Ciencias Sociales de la Universidad

Nacional de Villa María (UNVM), Argentina. Secretaria de Comunicación Institucional de la UNVM. Coordinadora Ejecutiva de la Red de Áreas de Prensa y Comunicación Institucional del Consejo Interuniversitario Nacional (RedIAP-CIN).

JOHN ALEXANDER GARZÓN – MODERADOR
Líder de la estrategia Digital es Cultura del Grupo de Comunicaciones, Culturas y Territorios de la DACMI, del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. Comunicador social y periodista con experiencia en generación de contenidos de alto impacto. Se ha desarrollado en medios de comunicación nacionales y alternativos y en los años recientes en entidades del sector público, en temas afines a los derechos humanos y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC, en la gestión de comunicaciones internas y externas, y la planeación e implementación de estrategias de divulgación, *freepress* y digitales.

—

El segundo evento académico se denominó *Desafíos de la IA para el sector cultura en Colombia*, realizado en la Universidad del Rosario el 30 de octubre del año 2024. Se concibió como un espacio para analizar y entender los retos que la IA pone al sector cultura. Allí se partió de entender a la IA como una de las tecnologías más discutidas y temidas de la época actual. Hay quienes la ven con gran optimismo, por considerarla como un gran paso en la evolución tecnológica de la humanidad hacia una sociedad mejor. Otros, sin embargo, se preocupan por los empleos perdidos, las amenazas a la creatividad humana y las consecuencias ecológicas de su uso.

Este espacio inició con una ponencia por parte del Doctor en Filosofía Tomás Molina, asesor del despacho del ministro de las Culturas, las Artes y los Saberes y luego se dio paso a un panel con gestores del sector cultural. Estos fueron los invitados:

TOMÁS MOLINA
Politólogo y filósofo (Ph.D) colombiano. Es profesor en el CIDER de la Universidad de los Andes. Sus investigaciones se han concentrado en Inteligencia Artificial en los últimos dos años. También es columnista en el diario El Espectador, donde escribe sobre política, economía y cultura.

ANA MARÍA SÁNCHEZ
Profesora de la Facultad de Creación de la Universidad del Rosario. Diseñadora Gráfica con experiencia en diseño editorial, diseño UX/ UI, transformación digital, y *storytelling*, entre otros.

DANIEL SALAZAR
Antropólogo con opción en literatura de la Universidad de los Andes, Magíster en Economía Solidaria de la Universidad de Toulouse II. Desde 2011 dirige la agencia Contenidos El Rey, con la cual ha desarrollado estrategias digitales para marcas como Bavaria, Adobe, Cabify, Sodimac, Netflix y Twitter. Daniel ha sido *speaker* en importantes escenarios de Colombia, Chile, Argentina, Perú y Ecuador. Adicionalmente tiene formación en música y ha sido actor de teatro.

CAMILO VEGA
Director de Nuevas Tecnologías y periodista en el periódico El Espectador. Profesor de cátedra en Inteligencia Artificial de la Universidad de los Andes y la Universidad del Rosario. Consultor en soluciones de Inteligencia Artificial. Magíster en Economía.

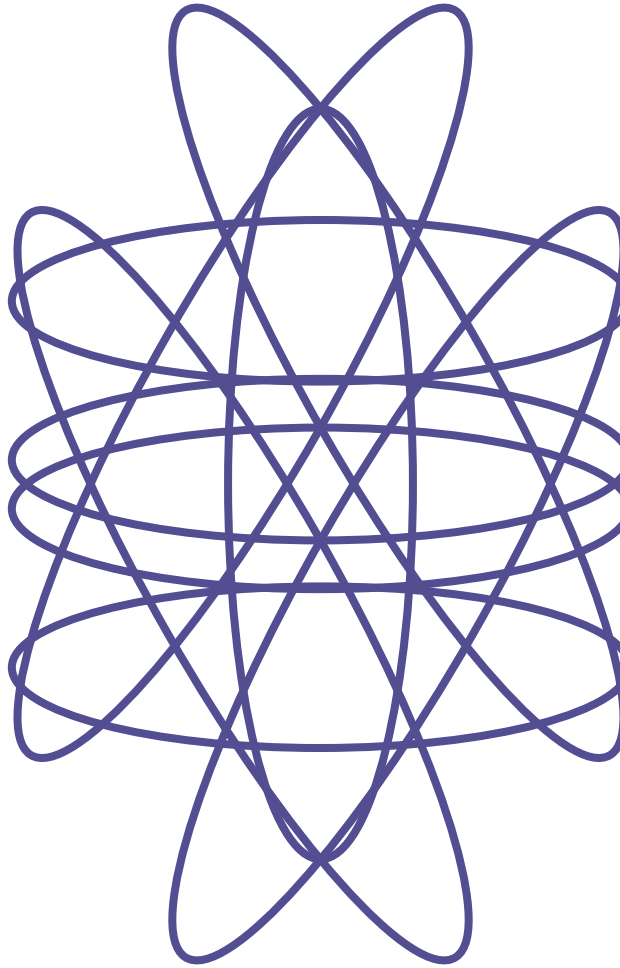
PAULA ALEJANDRA DÍAZ CORREA
Profesional en Cine y Televisión y gestora cultural de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Escribe, produce y crea contenidos en torno al cine. Ha sido artista formadora de audiovisuales, fue programadora de la novena edición de EUREKA y coordinó el segundo internado nacional de programación "Tejiendo miradas femeninas" del mismo festival. Coordinó las primeras dos ediciones del curso "Cine,

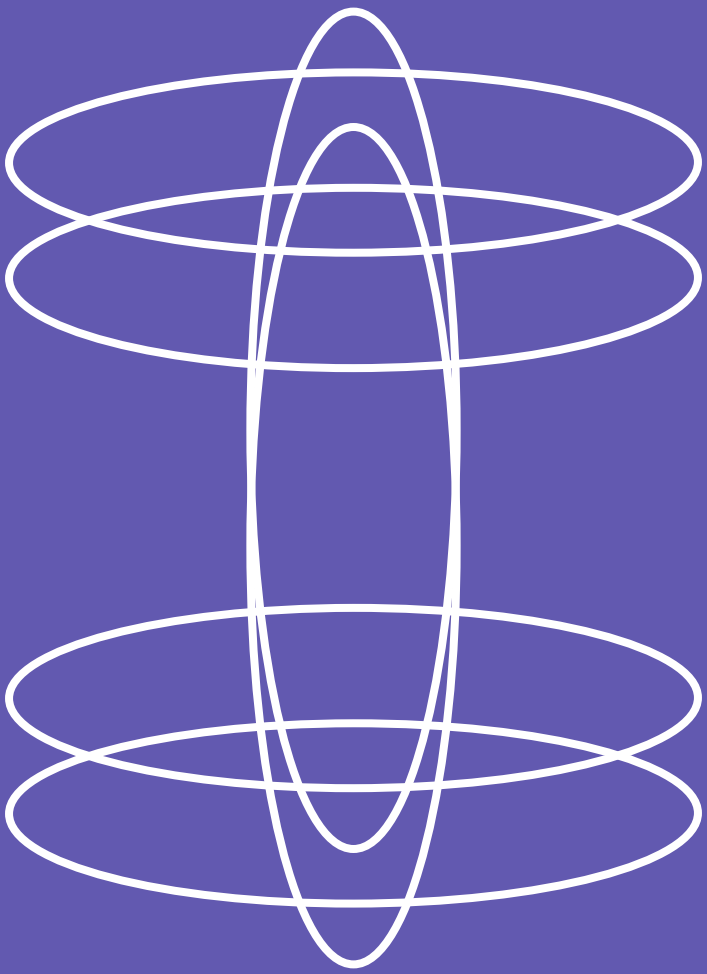
algoritmos e inteligencia artificial" de la Universidad autónoma de Barcelona y Artefacto.

Actualmente hace parte del equipo de producción de empresas enfocadas en cine documental y de no ficción.

RICARDO BOHÓRQUEZ

Maestro en Arte Dramático, Licenciado en Ciencias Sociales, Especialista en Educación Artística Integral, profesor de educación media y superior. Actor, director y maestro formador de Actores. Funcionario de la División de Museos de la Universidad Nacional de Colombia, quien en sus años de formador ha desarrollado una metodología que sintetiza el conocimiento teatral para formar actores profesionales y crear adaptaciones que desarrollan narrativas y dramaturgias propias.





DESAFÍOS DE LA IA PARA EL SECTOR CULTURAL EN COLOMBIA

¿Un Leonardo Da Vinci en nuestros computadores? La IA generativa y sus (dis)capacidades en el arte

Tomás Molina (Ph.D)

Hoy tenemos un afán por regular y producir Inteligencia Artificial. En todas partes, los gobiernos se han lanzado raudos a tratar de conseguir ambas cosas, o por lo menos eso pretenden. Sin embargo, ¿sabemos siquiera qué es la Inteligencia Artificial? ¿Tenemos idea de en qué se parece a la nuestra y en qué se diferencia? Hoy quiero compararnos con la Inteligencia Artificial generativa. Con esto, creo que lograremos entender en qué consiste, cuáles son sus limitaciones y por qué, quizá, no es lo que las grandes compañías nos han vendido.

Al pasar mucho tiempo con una persona, es posible predecir sus giros de frase, sus ideas, sus opiniones. Yo sé lo que mi esposa dirá de algo antes de que lo diga; ella sabe lo que yo voy a decir antes de que siquiera lo piense. Esto es posible porque los seres humanos tenemos una capacidad asombrosa para comprender patrones y repetirlos. De hecho, nuestra capacidad de aprender lenguajes se basa, hasta cierto punto, en nuestra habilidad para reconocer patrones. Que los niños puedan comprender intuitivamente las estructuras gramaticales de su lengua materna se debe a su habilidad para detectar patrones. Tan fuerte es esa habilidad que los niños suelen regularizar los verbos irregulares: *roto* se vuelve *rompido*, por ejemplo, para que encaje con el patrón aprendido. Los adultos también hacen lo mismo. Una persona que aprende inglés puede decir *cutted* queriendo decir *cut* en pasado.

La Inteligencia Artificial también puede reconocer patrones. Los modelos de *machine learning*, basados en los métodos estadísticos de Markov, pueden predecir la próxima palabra que usaremos en Word o WhatsApp. Dichos modelos generan una palabra o una frase a partir de las palabras que hemos usado y que solemos usar.

Los modelos de Inteligencia Artificial generativa funcionan así, pero con billones de parámetros y entrenándose con millones y millones de textos. ChatGPT aprende los patrones de un texto y aprende a construir unos nuevos. De hecho, la Inteligencia Artificial generativa puede crear nuevos datos; puede ir más allá de una predicción, tal y como también lo hacemos los humanos. Nosotros, en efecto, podemos crear frases nunca vistas, aunque usemos las mismas estructuras gramaticales que los demás.

El poeta, por ejemplo, se encarga de organizar las palabras de manera original a partir de patrones conocidos (la métrica, el ritmo, la gramática). Uno de ellos, el argentino Roberto Juarroz, nos da pistas cruciales para entender la Inteligencia Artificial.

Leamos sus palabras:

Cada uno tiene
su pedazo de tiempo
y su pedazo de espacio,
su fragmento de vida
y su fragmento de muerte.
Pero a veces los pedazos se cambian
y alguien vive con la vida de otro
o alguien muere con la muerte de otro.
Casi nadie está hecho
tan solo con lo propio.
Pero hay muchos que son
nada más que un error:
están hechos con los trozos
totalmente cambiados.

"Cada uno tiene su pedazo de tiempo", *Poesía vertical*.

Veamos el segundo verso. Los pedazos se cambian, y alguien vive con la vida de otro o alguien muere con la muerte de otro. Una bala que estaba dirigida hacia alguien da contra otro, y este último muere una muerte que no le corresponde.

Pero, por supuesto, la Inteligencia Artificial generativa también puede vivir con la vida de otro: con la nuestra. Pensemos en esto, por ejemplo, solo puede funcionar vampirizando la creatividad de otros, como la de los artistas. En efecto, para operar tiene que entrenarse, como ya lo hemos visto, con millones de obras humanas. La IA también puede vampirizar la vida de este planeta en general, ya que los computadores que utiliza demandan cantidades gigantescas de energía y refrigeración, a costa de ecosistemas enteros. Los desechos tecnológicos están creciendo exponencialmente gracias a la IA. Y, entonces, los pedazos se cambian: nuestras invenciones no están al servicio nuestro, sino que el planeta entero, incluida

nuestra cultura más preciada, está al servicio de la Inteligencia Artificial.

Vamos al último verso. Nosotros, como lo anuncia el poeta, no estamos hechos tan solo con lo propio; en nosotros también está el Otro: papá, mamá, los maestros, la religión, el derecho, etc. ¿No nos enseñó Freud que el *superyó* es, hasta cierto punto, la autoridad paterna introyectada? ¿No es el Yo una suma de imitaciones que hemos hecho a lo largo de nuestra vida? ¿No habla uno a veces con la entonación del padre o de la profesora?

La Inteligencia Artificial generativa también comparte con nosotros esto: ninguna está hecha solo con lo propio. Se entrena con billones de datos producidos por humanos. En la IA también está el Otro.

¿Pero en qué se diferencia de nosotros entonces?

El título de esta conferencia se refiere a Da Vinci. El artista italiano es sinónimo de hombre del Renacimiento, del *uomo universale*, del genio que es capaz de ser excelente en todos los campos a los que se aplica. Ya que hablamos de patrones, si uno busca *uomo universale* en Google, las imágenes que aparecen son todas de Da Vinci.

Nadie duda de la creatividad del artista italiano. Justo por eso, hay varias inteligencias artificiales generativas que se llaman como él. El nombre "Da Vinci" pretende expresar la creatividad universal de la Inteligencia Artificial, pero solo esconde el conocimiento de que dicha inteligencia carece de cualidades clave. De algún modo, por supuesto, tiene una capacidad organizativa, de procesamiento, de identificación de patrones, que asociamos con inteligencia. También puede, mal o bien, resolver problemas. Pero eso no basta para que sea inteligente en el mismo sentido en que lo somos nosotros o los seres vivos en general.

Creo que la mejor manera de entender esto es por medio de otro poema: "El Gólem", de Jorge Luis Borges.

En la historia que cuenta el poeta, un rabino, llamado Judá León, logra insuflarle vida a un hombrecillo de arcilla. Lo consigue pronunciando palabras mágicas: "el Nombre que es la Clave". Esa vida, a diferencia de la IA

de ChatGPT, es corpórea. El muñeco de arcilla anda por ahí aprisionado, como dice Borges, "en esta red sonora de Antes, Después, Ayer, Mientras, Ahora, Derecha, Izquierda, Yo, Tú, Aquellos, Otros".

La IA generativa también es fabricada por medio de la palabra. El algoritmo, el código, también es palabra. ¿Y usted, como usuario, no hace también la magia del rabino del poema? Por medio de la palabra, usted está invocando algo en ChatGPT: un párrafo, una imagen, una persona.

La IA se separa del Gólem en un aspecto decisivo. El Gólem de Borges nunca aprendió a hablar. Era torpe y anormal. A duras penas supo, tras largos años, barrer la sinagoga. La IA, en cambio, parece muy hábil. Responde preguntas. Estructura textos. Usa los patrones de los que ya hablamos de manera astuta.

De acuerdo con el tecno-utopismo de muchas empresas contemporáneas, la IA no solo llegará a ser tan inteligente como nosotros, sino que nos superará en todo. Yo lo dudo. Le hace falta algo que sí tenía el Gólem y que es crucial para ser auténticamente inteligente: estaba vivo; al mismo tiempo, también comparten una desventaja: no tienen un propósito interno, un deseo.

Veamos esto con cuidado.

La inteligencia no existe aislada de la vida. Nuestra inteligencia, por ejemplo, se desarrolla en un ambiente para responder al dolor y al placer, al bien o al mal. Nuestra actividad tiene propósitos que dependen de un contexto biológico y sociológico. Usamos nuestra razón porque queremos algo; nos defendemos porque nos sentimos atacados. La inteligencia "natural" no existe en un vacío; no es una capacidad abstracta, sino una realidad concreta de los seres vivos.

El Gólem, nos dice Borges, vio formas y colores; era capaz de distinguir el pie, la mano, las cosas. Estaba vivo. Tenía cuerpo. Se desarrolló en un contexto, en una realidad concreta. Su capacidad no era abstracta. Eso quiere decir que contaba con la condición de posibilidad de la inteligencia: desarrollar un sentido del mundo y, a partir de ahí, apropiárselo, expresarse, desarrollarse.

A pesar de eso, no era muy inteligente. Judá León supuso que quizá en su encantamiento (hoy diríamos: en el *prompt* o instrucción) había habido un error y que por eso el Gólem no era capaz de más. Pero quizá el problema del Gólem era el mismo de la Inteligencia Artificial: que no tenía deseos propios, no respondía al dolor o al placer, no tenía ningún proyecto. Solo era capaz de responder a ciertas órdenes, mal o bien.

Podríamos decir que tenía Inteligencia Artificial porque la suya fue producida por la palabra humana. ¿Y no fue producida la inteligencia humana también por la palabra de acuerdo con la tradición cristiana? ¿No está, como lo enseña el Evangelio según San Juan, *ἐν ἀρχῇ ἦν ὁ λόγος:* "en el principio era la palabra" y no el verbo, como se tradujo mal durante tanto tiempo?

La cuestión es que, sin deseos, sin el abismo de la subjetividad, el Gólem y la Inteligencia Artificial quedan truncados. Son meras herramientas, una torpe, la otra hábil, de quien sí tiene deseos, de quien sí está insertado en un mundo. Todo lo que el Gólem y la IA "quieran" debe ajustarse a nuestros deseos en el contexto de nuestra vida.

La razón humana, al encontrarse con el mundo, no solo encuentra el mundo; también se encuentra a sí misma en él. El mundo es un reflejo de nuestra razón. Nuestras creaciones son nuestras en ese sentido, es decir, en el sentido de que reflejan nuestra razón, de que sirven, o deberían servir a nuestros deseos.

Voy a explicar mejor por qué la IA es solo una extensión nuestra, pero esta vez lo haré recorriendo dos tipos de estupidez.

El primer tipo es el del científico que es capaz de resolver problemas dificilísimos, pero no es capaz de entender las reglas sociales implícitas de su comunidad. Un ejemplo en la ficción es Sheldon Cooper. Puede hacer física de alto nivel, pero no entiende cómo socializar correctamente. Otro ejemplo es el John Nash de *Una mente brillante*. Con esto podemos ver que la inteligencia no existe en abstracto, ni es absoluta: siempre es contextual.

El segundo tipo de estupidez es el de la persona completamente inmersa en el sentido común, en el gran Otro de las apariencias, como el Watson de *Sherlock Holmes*, Sancho Panza, el Critón de Platón, etc., que no pueden ver las cosas sino por medio del sentido común, de lo inmediatamente evidente. Este tipo de personas no tienen la inteligencia para ver algo de un modo que no esté ya dado por la convención. La inteligencia, de nuevo, depende del contexto, de las reglas humanas y de nuestra capacidad para relacionarnos o no con ellas. Sin vida, no podemos hablar de sentido común o de nuestra inteligencia con respecto a él; solo de una capacidad abstracta de resolver problemas.

La inteligencia no es solo la inteligencia: es siempre un modo distintivo de ser. Toda inteligencia es una inteligencia concreta en un medioambiente al que se adapta. La astucia del león o de la leona tiene sentido en la sabana africana. Su astucia es su modo distintivo de ser. La inteligencia o estupidez de Sancho Panza dependen de un contexto específico. La inteligencia humana es un modo específico de ser un animal.

La Inteligencia Artificial, en cambio, es un método de organizar, predecir y crear a partir de un entrenamiento con datos. Pero no es más que una extensión inorgánica de nuestros deseos, de nuestra vida, de nuestra inteligencia. No tiene un modo distintivo de ser porque no está viva, no tiene cuerpo, no se adapta a ninguna circunstancia fuera de su entrenamiento, no está en un mundo o contexto. En otras palabras, la IA no es ni puede ser como Da Vinci.

Pero en el campo cultural, ¿para qué usar la IA?

Aquí es necesario traer a colación al pensador ruso Evald Ilyenkov. En un libro de 1968, ya nos advertía que construir una IA masiva era como construir una gran fábrica de arena en medio del desierto. ¿Por qué no usar la arena que rodea a la fábrica? En otras palabras, ¿por qué no usar la inteligencia humana abundante? ¿Solo porque se ahorran costos?

En muchos sentidos, no necesitamos la IA generativa. Para optimizar procesos, para hacer más rápidas

tareas tediosas, tiene sentido. Incluso para la gestión cultural puede ser muy útil. Creo que los proyectos cibernéticos de Salvador Allende pueden dar pistas al respecto.

¿Pero para desplazar al máximo al creador? La creación no es solo un medio para producir dinero, no es solo un modo de ganarse la vida. Crear nos hace más inteligentes; experimentar las creaciones ajenas enriquece nuestra inteligencia y nuestro espíritu. La creación es buena para nosotros: fundamenta nuestra vida, nos permite compartir símbolos, experiencias, sentidos.

Tomar ese camino solo es "inteligente" en un contexto: el del capitalismo, que busca ahorrar costos y producir mercancías con la mayor rapidez posible. Pero los seres humanos, al tener inteligencias contextuales, podemos cuestionar las razones que justifican al capitalismo. Podemos cuestionar los usos de una tecnología en un contexto. Podemos frenar. Decir: no más, eso no nos interesa. Cambiar el contexto. Usar la IA con propósitos benéficos para nosotros.

Pero ¿seremos capaces?

Comunicación y participación de la IA en el sector cultura

A continuación, se presentan las principales reflexiones sobre los desafíos de la IA al sector:

¿CÓMO IMPACTA LA IA LA CREACIÓN DE CONTENIDO? ¿CUÁLES SON LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES?

ANA MARÍA SÁNCHEZ trabaja con Inteligencia Artificial desde 2016, utilizándola como herramienta para el desarrollo de aplicaciones funcionales. Para ella, la IA no es una inteligencia en el sentido fuerte, sino un proceso y un resultado. A lo largo de los años, ha aprendido que la IA puede ayudar al usuario final tomando decisiones mediante predicciones basadas en su comportamiento, algo que, en general, es aceptado por los usuarios.

Uno de los grandes problemas de la IA es la falta de transparencia. Es importante saber cuándo se está utilizando IA en una página web o aplicación, como en las decisiones sobre itinerarios de viaje. Además, los asistentes de IA generativa, que hoy se promocionan masivamente, presentan riesgos y problemas éticos, como la calidad de las bases de datos que alimentan a los sistemas.

Ana María explica que la Inteligencia Artificial generativa que vemos hoy está en una etapa beta. Aún hay muchas correcciones que hacer: una persona puede aparecer con un dedo extra o con una nariz insinuada en el mentón o en la mejilla. Si los sistemas se entrenan con procesos mediocres, los resultados serán iguales, lo que resalta la necesidad de creadores humanos para supervisar y alimentar nuevamente el aprendizaje de la IA. Según Ana María, la originalidad y la creatividad son, en última instancia, insustituibles.

¿CÓMO SE ESTÁ UTILIZANDO LA IA EN EL MARKETING DIGITAL Y LA GENERACIÓN DE CONTENIDO? ¿CUÁLES SON LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES?

DANIEL SALAZAR inicialmente pensó que la llegada de la Inteligencia Artificial afectaría gravemente el negocio de la creación de contenido, pero luego comprendió que quien no se adapta se queda atrás.
En publicidad, la IA se está convirtiendo en una herramienta transformadora de la industria. Hoy en día, saber usar programas como Illustrator o Photoshop es esencial, y en el futuro, manejar IA será una habilidad igualmente indispensable.

La IA no es verdaderamente inteligente, sino una herramienta básica que reduce la complejidad del trabajo. En publicidad, las agencias que utilizan IA pueden producir mucho más rápido, lo que obliga a los creativos a adaptarse o ser superados por la competencia. Aunque la IA puede generar contenido, todavía necesita el factor humano para editar y garantizar la calidad. Por eso, los artistas y profesionales deben desarrollar su capacidad crítica y aprender a usar la IA de manera efectiva, ya que dominarla será clave para el futuro laboral.

¿CÓMO LA IA PUEDE AYUDAR A MEJORAR LA EXPERIENCIA DE CONTENIDO EN EL PERIODISMO? ¿CUÁLES SON LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES?

CAMILO VEGA destaca que la Inteligencia Artificial ofrece soluciones clave en el periodismo, tanto en la creación como en la demanda de contenido. En la creación, los modelos generativos permiten a los periodistas dedicar menos tiempo a noticias de menor profundidad, concentrándose en investigaciones de mayor impacto. Aunque la implementación de estas herramientas en *El Espectador* fue inicialmente polémica, el equipo decidió explorarlas con una mentalidad abierta.

Una de las oportunidades descubiertas fue la personalización del contenido mediante indicaciones específicas, lo que permite experiencias diferenciadas. La

capacidad de "dialogar" con estas herramientas se está convirtiendo en una competencia esencial para los periodistas del futuro. Asimismo, implementaron un generador de contenido controlado e intensamente revisado, reconociendo que los errores de la IA pueden tener consecuencias más graves que los de los humanos, lo que exige una supervisión estricta.

En cuanto a la demanda, el desafío es captar la atención de los jóvenes, que dedican menos tiempo a leer noticias. Por ello, se propusieron herramientas como resúmenes automáticos y *chatbots* para ofrecer información rápida y personalizada. Este enfoque permite a los periodistas enfocarse en su misión principal: investigar, fiscalizar el poder y ofrecer contenido de calidad, reduciendo el tiempo dedicado a la creación de noticias rutinarias.

¿CÓMO LA IA ESTÁ TRANSFORMANDO LA PRODUCCIÓN Y CREACIÓN DE CINE? ¿CUÁLES SON LOS RIESGOS Y NECESIDADES FRENTE A LA FORMACIÓN EN IA PARA EL CINE?

PAULA DÍAZ explica que la Inteligencia Artificial está revolucionando la producción cinematográfica, pero no de forma automática como se podría imaginar. La tecnología en el arte no es algo nuevo, y el cine, al igual que el impresionismo en su momento, ha sido impulsado por avances técnicos. La IA en el cine tiene dos vertientes: la analítica, que permite a los cineastas conocer patrones en su obra, y la generativa, que crea imágenes y efectos visuales.

Aunque existe el temor de que la IA pueda sustituir al humano, esta herramienta requiere procesos largos y complejos después de generar la imagen inicial. Algunos artistas han encontrado valor en los "errores" o "artefactos" propios de la IA, adoptándolos como elementos creativos y críticos. Sin embargo, la IA plantea desafíos importantes en cuanto a los derechos de autor y la protección laboral de los artistas. La reciente huelga de guionistas y actores resalta la necesidad de

salvaguardar las labores artísticas en un entorno cada vez más automatizado.

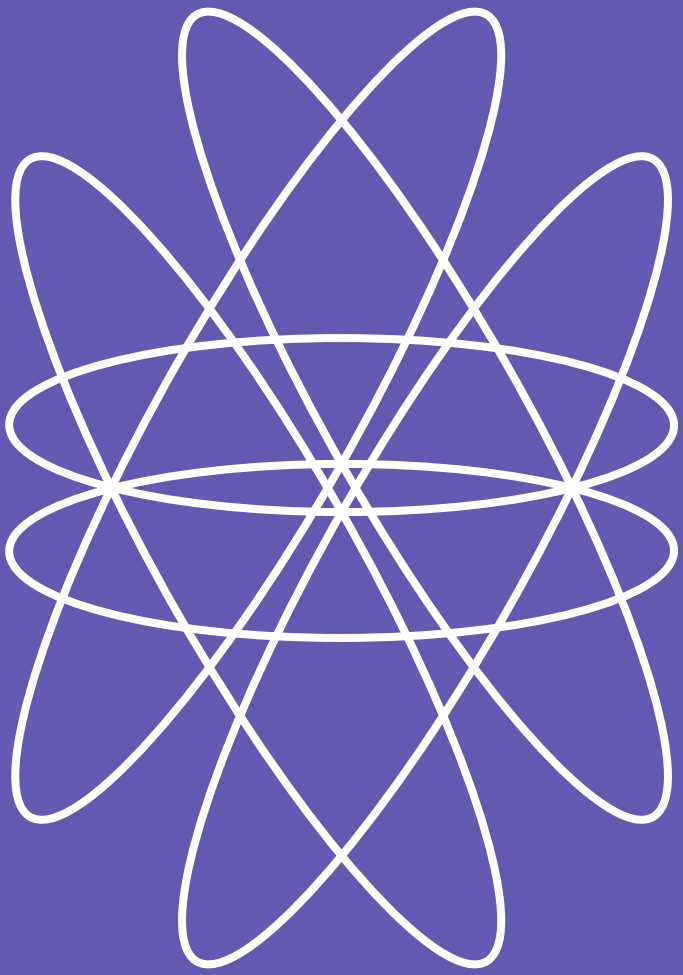
¿TIENEN FUTURO LOS ARTISTAS EN EL MUNDO DE LA IA? ¿CUÁLES SON LOS RIESGOS PARA EL TEATRO EN EL USO DE LA IA?, ¿CÓMO IMPACTA EL HECHO TEATRAL?

RICARDO BOHÓRQUEZ analiza la relación entre el teatro, las artes escénicas y la Inteligencia Artificial, cuestionando si esta tecnología puede realmente sustituir la creatividad humana y la autenticidad del acto teatral. Bohórquez reconoce la complejidad de definir el futuro de las artes frente a la IA y se posiciona como una voz crítica en el debate.

Explica que, en las artes escénicas, la presencia humana y el momento de creación son elementos irremplazables. Cita a Borges para ilustrar cómo el arte trasciende las palabras y los símbolos, manifestando emociones y percepciones que una máquina no puede replicar.

Destaca conceptos como la improvisación y la preparación como esenciales en las artes escénicas. Menciona el método de creación colectiva desarrollado por Santiago García y Enrique Buenaventura, subrayando que, incluso en procesos colaborativos, la figura del autor y la expresión individual son insustituibles.

Finalmente, Bohórquez se refiere a *Pedro Páramo*, resaltando que los avances tecnológicos pueden enriquecer la presentación de historias, pero nunca reemplazarán la esencia de lo que un creador transmite. Invita a reflexionar sobre el valor de la creatividad humana en una próxima representación teatral, celebrando la profundidad de la expresión artística en el teatro.



EXPERIENCIAS CON LA IA

Regular la comunicación en tiempos de IA

Malvina Rodríguez

La desinformación y los impactos políticos, sociales, culturales de la Inteligencia Artificial, así como la manera en que esta tecnología incide en la propiedad intelectual y los desafíos legales que se desprenden de esto son algunos de los temas que me propongo abordar desde una óptica basada en el contexto argentino y Latinoamericano.

Creo que es un tema, me parece, harto hablado y conocido, pero allí hay algo interesante para destacar y es la noción de *manipulación*: las *fake news* en esta era de la posverdad, un concepto que empezó a popularizarse a partir del año 2016 y que es fruto de la cantidad enorme de noticias falsas que se difundieron durante la campaña electoral de Donald Trump en los Estados Unidos. El concepto adquirió tal dimensión que fue incluido en el diccionario de Oxford y también fue adoptado por otros idiomas diferentes al inglés.

Pero bueno, ¿qué características tienen estas noticias falsas? Porque además de falsas tienen un componente fundamental que es la intencionalidad de desinformar. Las noticias falsas pueden serlo de manera involuntaria, pero las *fake news* tienen la intención deliberada de desinformar. Tuvieron un punto determinante durante la pandemia, a partir del año 2020, cuando la Organización Mundial de la Salud y otros organismos de Naciones Unidas como la UNESCO incorporaron esta noción de *infodemia* o *desinfodemia*, una pandemia de la desinformación, por el gran volumen de noticias falsas que se publicaron en los medios de comunicación, sobre todo en redes sociales, y que podían significar que las personas tomaran decisiones equivocadas, incluso peligrando su vida.

En Argentina vivimos una situación muy particular, pues desde diciembre de 2023 fue elegido presidente Javier Milei, del partido Libertad Avanza, denominado Partido Libertario, y que está marcado por un fuerte componente

neoliberal conservador. Milei ha inaugurado una forma de comunicación política y gubernamental en la Argentina que ya tenía antecedentes, por ejemplo, en la comunicación de campaña electoral usada por Jair Bolsonaro en Brasil o por Donald Trump en los Estados Unidos. Sin embargo, para nuestro caso, según lo indican analistas argentinos y extranjeros, este tipo de comunicación se encuentra exacerbada, en tanto hay una producción sistemática de *fake news*, de procesos de posverdad que apelan a la emocionalidad y de procesos comunicativos que inician con algún componente de verdad y se desvían de ella, o, en otros casos, sin ningún componente de verdad, que son difundidos a través de las redes sociales por los propios equipos de comunicación política de *community management* pertenecientes al gobierno.

Por ejemplo, hace poco tiempo hubo una serie de incendios en la provincia de Córdoba y circularon algunas informaciones a través de *influencers* que pertenecen a los equipos de trabajo de Javier Milei, o sea *trolls* y seguidores, acusando a la agrupación La Cámpora, asociada a la expresidenta Cristina Fernández de Kirchner, como causante de los incendios. Esto fue desmentido de manera muy rápida por el propio gobierno de Córdoba, que es opositor a la expresidenta.

Entonces, tenemos que ha habido un nivel de profundización —como indica la palabra *deep*— de las *fake news*, que han resultado en las *deep fake*, que a su vez surgen del concepto en inglés *Deep Learning*, o sea, el aprendizaje automático profundo que permite la Inteligencia Artificial. Entendamos la IA no como un instrumento —aunque sea cierto nos provee de instrumentos para la búsqueda de información o para la producción de contenidos— sino como una *metatecnología*, como una tecnología que tiene la capacidad de reunir a todas las tecnologías disponibles dentro de ella. Es un proceso que pudimos observar a partir del año 2023: la IA generativa, que permite la creación de contenidos, o sea, la utilización de las capacidades de recuperación de datos y de producción de datos a través de algoritmos y de la reutilización de esos datos, generando contenidos nuevos que

simulan la conducta humana. Es a partir de allí que surge esta noción de *deep fake* en la producción de contenidos audiovisuales. Se trata de contenidos fundamentalmente vinculados al medio audiovisual, en los que se observan personas en lugares donde originalmente no estaban, por ejemplo, o de modificaciones, por ejemplo, en la voz de una persona, con las que se generan contenidos que esa persona no ha producido originalmente, haciéndole decir cosas que no ha dicho o combinando imágenes que implican obviamente un falseamiento, una falta a la verdad y a la veracidad.

Hay numerosos ejemplos. Esa imagen que parece incluso simpática del Papa Francisco vistiendo una chaqueta sintética y que fue elaborada con Inteligencia Artificial. Y el otro ejemplo que ustedes ven es una cantante muy popular en Argentina que se llama Lali, quien se ha convertido en la enemiga pública número uno de Javier Milei y de su cruzada contra la cultura y contra los artistas que se oponen a las políticas de ajuste y a los recortes que se han hecho a lo que antes era el Ministerio de Cultura en Argentina, que ya no existe más. Los referentes del campo del arte y de la cultura han reaccionado y Lali es una de ellas porque Milei, además, ha emprendido una cruzada en contra del feminismo, del discurso que él llama la ideología de género. De esta forma se ha abierto una campaña en la que participan personajes como el Trumpista, quien es militante del partido de Milei y produce contenidos cambiándole el apellido a Lali.
El apellido de la artista es Lali Espósito y la llaman Lali Depósito, cuestionándola porque ella y otros artistas participaron de eventos contratados por el Estado durante el gobierno anterior a Milei. Se ha hecho pública una imagen alterada de la artista en la que aparece robando dinero a los pobres.

Algunos impactos políticos, sociales y culturales de la IA tienen que ver con la desinformación y manipulación de la información en la comunicación electoral y gubernamental. Yuval Noah Harari, investigador israelí habló de esto y también el filósofo surcoreano Byung-Chul Han: el *dataísmo*, o adoración a la acumulación y procesamiento

de los datos, y que deriva en lo que Byung-Chul Han llama la *infocracia* o el gobierno de los datos, en detrimento de la racionalidad discursiva, que podríamos llamar la era habermasiana, o la construcción del espacio público a través del debate y la discusión.

La automatización, la *datificación*, que tiene sus impactos en la privacidad; las dificultades del acceso a la información entre los estados y al interior de los estados; los procesos de desinformación y discriminación y, finalmente, la lógica de programación algorítmica y de procesamiento de los datos que esconde o elimina la diversidad y tiende a la homogenización. Es un debate que dábamos antes con los medios de comunicación tradicionales y que claramente hoy reactualizamos en relación con los sesgos algorítmicos. Pero también los espacios de creatividad, de pensar en nuevas narrativas, son claramente impactos y desafíos que nos presenta la Inteligencia Artificial. El impacto, por ejemplo, que ha tenido y puede llegar a tener la popularización del Chat GP3 en la reputación, en la imagen y en el legado de artistas, personas públicas y de las personas en general, sobre todo en el ámbito de la educación, debido al plagio y la pereza intelectual. Las herramientas de Inteligencia Artificial pueden utilizarse siempre que intervenga en todos sus procesos la persona humana, pero como copia directa caemos en el peligro de plagiar contenidos que no son correctamente citados y, además, nos lleva a una holgazanería reflejada en nuestra sociedad actual.

Algunos ejemplos de estos impactos, nuevamente en el caso de Argentina nos muestra un decreto reciente del presidente Milei que tiene como objetivo patrullar las redes sociales y, según se dice, predecir delitos, cuando en realidad se hace vigilancia sistemática a periodistas críticos del gobierno, a referentes sindicales de derechos humanos, a figuras políticas de la oposición que están bajo vigilancia permanente de sus redes sociales mediante la lógica algorítmica que cubre todos sus movimientos y comportamientos. Se trata de un seguimiento georreferencial que implica formas algorítmicas de control total,

impulsadas desde el gobierno, tanto de las acciones públicas como de los cuerpos y de la vida privada.

Ahora ¿Quién es el autor? ¿Dónde está la autoría de un contenido producido por la IA? Un periodista, por ejemplo, elabora contenidos a partir de búsquedas de información que implican el uso de algoritmos... al final, ¿de quién son esos datos? ¿Cuál es la propiedad intelectual de esas bases de datos? Este es un debate que se está dando hoy en la comunidad científica, en la comunidad artística y en la comunidad académica: se discute sobre cómo protegemos las obras generadas con IA, o sea, a quién le corresponde la autoría. La legislación actual en Argentina propone proteger la propiedad intelectual pero las cosas no están claras. Además de las clásicas obras cinematográficas, libros y artículos, se incluyen bases de datos, programas informáticos, pero no están incluidos los contenidos producidos por IA y creo que esto es un panorama que se repite en gran parte de los países sobre todo en América Latina.

Cuando revisamos la situación de la Unión Europea o de los Estados Unidos vemos que se han hecho algunos avances en relación con la propiedad intelectual, por supuesto, con visiones muy diferentes según los países. Estados Unidos mantiene una visión más liberal que en realidad promueve que las empresas puedan producir contenidos en IA sin limitaciones. Europa establece una serie de recomendaciones y reglamentaciones un poco más moderadas que tratan de proteger y salvaguardar la libertad de expresión, así como proteger los derechos humanos. En China, por su parte, ya hay leyes que intervienen en la regulación, no solamente *post facto* o *ex ante*, como ocurre en Estados Unidos o en Europa, sino en todo el proceso de producción.

Antes de la llegada de Milei al poder, Argentina adhirió a las recomendaciones efectuadas por UNESCO sobre la ética de la IA y, a partir de ellos, elaboró una serie de lineamientos situados regionalmente que vinculan a la Inteligencia Artificial con la protección del medio ambiente. Los desafíos legales hoy son enormes. Quizás conozcan el caso del fotógrafo berlinés Boris Eldagsen,

quien ganó el premio Sony World Photography en 2023 con un trabajo realizado mediante IA. Eldagsen rechazó el premio por considerar que las bases del concurso no contemplaban esta clase de tecnología. En otro caso, hace unos meses, en una escuela secundaria pública en la provincia de Córdoba, en Argentina, un estudiante de secundaria de nivel medio manipuló fotografías y editó un video porno con los rostros de algunas de sus compañeras de curso. Esto suscitó, por supuesto, un debate complejo, —porque además estamos hablando de menores de edad— debido a que no se tienen antecedentes legales para esta clase de manipulaciones de la información.

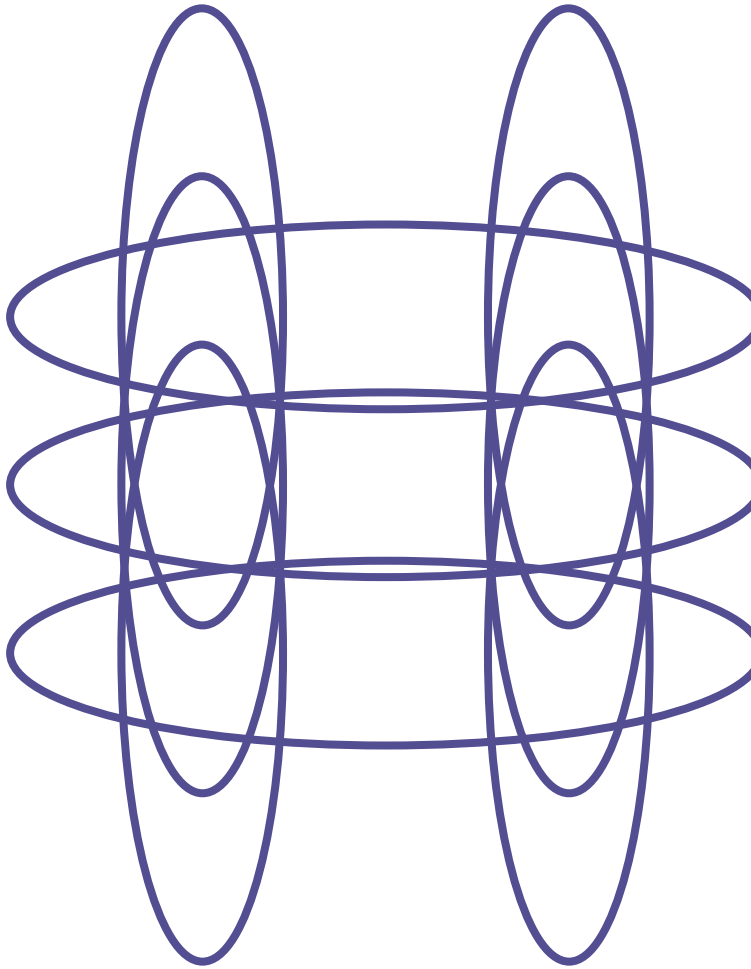
Conviene pensar en las características de nuestros países y de nuestra región. En primer lugar, la UNESCO viene trabajando desde hace tiempo en la prevención a través de la alfabetización digital con el programa de Alfabetización Mediática e Informacional, AMI, y hoy tiene un terreno abonado con campañas educativas que vinculan la noción de propiedad intelectual y de veracidad de la información. Este es un desafío en el que están embarcados varios gobiernos, con algunas campañas sobre buenas prácticas en internet, pero es cierto que no la alfabetización digital actual no puede compararse al impacto que tuvo en su momento la alfabetización tradicional, con su énfasis en aprender a leer y escribir. De momento, venimos trabajando por una comunicación responsable dentro de los Objetivos y Metas del Desarrollo Sostenible (ODS18), desde donde se alcance una comunicación de calidad, libre de violencia, libre de desinformación y empática que realmente represente un encuentro con el otro.

En segundo lugar, señalamos que el *fact checking* es quizás el procedimiento más utilizado por la sociedad civil y por las organizaciones no gubernamentales. En Argentina, tuvimos una experiencia muy interesante en la Agencia de Noticias Públicas Télam, que fue cerrada a principios de este año por el presidente Milei. La Agencia desarrolló durante la pandemia una plataforma de *fact checking* que se llamó Confiar, encargada de verificar las

informaciones falsas vinculadas a la pandemia y que luego amplió a otros temas. También hay otras organizaciones internacionales como chequeado.com, que vienen desarrollando esta tarea de *fact checking*.

Finalmente, el debate de la regulación es complejo porque, por un lado, tiende a garantizar lo que se llama el derecho humano a la comunicación, el derecho que tenemos a una comunicación libre de desinformación, libre de discriminación, de violencia, de sesgos, etcétera, que no vulnere el derecho a la libertad de expresión. Hay un artículo reciente de dos argentinos, Martín Becerra y Silvio Weisbord, *La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital,* que se plantea la reformulación de este concepto en torno a la expansión de violencia y la desinformación en los entornos digitales.

La regulación hoy pasa por la creación de marcos legales más robustos y por cómo la imaginan los organismos multilaterales, pues ya se ha visto que la autorregulación de las plataformas es insuficiente y la regulación totalmente pública constituye un peligro en democracias tan inestables como las que tenemos en América Latina. Con la llegada al poder de personajes mesiánicos que representan partidos autoritarios o antidemocráticos, una regulación pública de la comunicación puede resultar muy peligrosa. Tal vez el camino más virtuoso sea el de la regulación de múltiples partes interesadas, como la desarrollada por UNESCO en sus directrices y recomendaciones para una gobernanza de plataformas que fue publicada en 2022 y que representa una colaboración entre el Estado, los intermediarios digitales, las plataformas y la sociedad civil.



¿Domar o ser domadas por el algoritmo? El desafío que enfrentan la sociedad civil y los medios independientes para conectar sus causas en redes sociales

Fundación Karisma

Cada año más y más personas usan la internet para informarse, construir opiniones y, sobre todo, discutir acerca de los temas de actualidad. Hoy en día millones de usuarios usan las plataformas de redes sociales para compartir noticias u opiniones; en otras palabras, es evidente que en las redes sociales se dan muchos de los debates que son importantes para la ciudadanía.

En Colombia, el acceso al servicio de internet aumenta cada vez más. En el primer trimestre de 2023 (dos mil veintitrés), la tasa de penetración del servicio de internet móvil[1] fue de 76,9 (setenta y seis coma nueve) por cada 100 (cien) habitantes, y de 51,3 (cincuenta y uno coma tres) de internet fijo por cada 100 (cien) hogares. Las y los colombianos pasan 10 (diez) horas y tres minutos diariamente usando internet. De ellas, pasan tres horas y 46 (cuarenta y seis) minutos en redes sociales, ocupando el cuarto lugar en cantidad de tiempo invertido en este tipo de plataformas, después de Sudáfrica, Filipinas y Brasil.

Según el reporte Digital News Report 2022 de Reuters, las plataformas más usadas son WhatsApp, 94 % (noventa y cuatro por ciento), Facebook 91.7 % (noventa y uno punto siete por ciento), Instagram 84.4 % (ochenta y cuatro punto cuatro por ciento), Facebook Messenger 73.8 % (setenta y tres punto ocho por ciento), TikTok 69.5 % (sesenta y nueve punto cinco por ciento), y X 50.8 % (cincuenta punto ocho por ciento)[2].

1 Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), (2023) Data Flash 2023-015-Internet móvil.

2 Kepios, We are Social. (2022). Digital 2022 Global Overview Report.

Pese a estas cifras, vale la pena recordar que hay una diversidad de factores como el género, el nivel de educación, los ingresos, la etnia y el lugar en el que viven las personas, que también influencian el nivel de la conectividad, el acceso a la tecnología y la capacidad de usarla. Además de estos factores, cabe mencionar que las plataformas de redes sociales como Facebook e Instagram son redes sociales cuyo consumo no se descuenta de los datos, lo que puede llevar a que sean el único acceso que muchas personas tienen a internet[3].

Entre las principales razones por las cuales las personas usan las redes sociales se cuentan: "estar en contacto con amigos y familia", "leer nuevas historias" y encontrar "nuevo contenido."[4] Sobre el consumo de noticias para el año 2022 (dos mil veintidós), el reporte de Reuters Institute también habló de que en Colombia el 86% (ochenta y seis por ciento) de las personas que consumen noticias lo hacen por las redes sociales, y un 14% (catorce por ciento) pagan por noticias en internet[5].

Por lo anterior, las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y los medios de comunicación independientes han visto en las plataformas de redes sociales una oportunidad para intentar construir y aportar a los problemas sociales actuales incidiendo, mediante creación de contenido y divulgación de investigaciones, en la formación de opiniones críticas e informadas. La capacidad de alcance que ofrecen las redes sociales es significativa para estas organizaciones y medios, porque no solo se informa a través de ellas, sino que es posible generar nuevas formas de acción colectiva o fomentar el sentido de comunidad; a este tipo de presencia en internet le llamamos 'activismo digital'.

En el informe presentado por Karisma: *Conectando las causas: el trabajo de la sociedad civil y medios*

3 Kepios, We are Social. (2022). Digital 2022 Global Overview Report.
4 Kepios, We are Social. (2023). Digital 2023 Global Overview Report.
5 Reuters Institute. (2022). Digital News Report 2022: Colombia.

independientes en redes sociales es un desafío, intentamos profundizar en los principales retos y dificultades que enfrentan estos activistas digitales. Para entender mejor la situación entrevistamos a ocho organizaciones de la sociedad civil, dos medios independientes y una líder creadora de contenido social. Luego, hicimos un experimento de testeo sobre los alcances y bloqueos de la pauta por medio del pago de publicidad de contenidos con tres de los interlocutores que hicieron parte de las entrevistas.

LA PRESENCIA EN LÍNEA ES UN DESAFÍO PARA LAS OSC

Nuestra investigación parte de un hecho: los objetivos que tienen las organizaciones de la sociedad civil en las plataformas son diferentes a los que pueden tener los particulares; es decir, su interés por hacer parte de la internet es llegar a nuevas personas brindando información veraz. Esto implica que la forma en la que piensan y proyectan su trabajo en las redes sociales se basa en sortear dificultades particulares que hacen aún más compleja su presencia digital. Un ejemplo de esto es la pauta publicitaria, mientras que miles de negocios o creadores de contenido alrededor del mundo se consolidan gracias a ella, las OSC ven cómo sus campañas son censuradas por las plataformas por mencionar asuntos o palabras asociadas a debates problemáticos como el aborto o el uso de sustancias psicoactivas.

Sumado a esto, es necesario mencionar que las OSC a menudo carecen de los recursos financieros necesarios para implementar campañas publicitarias. Esto puede afectar su capacidad para amplificar sus mensajes y llegar a más personas aun cuando su trabajo puede ser beneficioso para las diversas comunidades que hacen uso de las redes sociales.

RESISTENCIA DIGITAL

Ante la falta de claridad por parte de las plataformas sobre sus lógicas de funcionamiento y moderación de

contenidos, las OSC han desarrollado estrategias para lidiar con las barreras que levantan las plataformas. Se trata de un proceso de ensayo y error sin planificación previa, adaptándose sobre la marcha: desde el uso de diseño gráfico hasta la adaptación de contenidos a otros formatos más entretenidos; todo esto, por supuesto, sin perder de vista la rigurosidad de la investigación y la intención comunicativa del mensaje central. Esto derivó en otra situación: el intercambio de experiencias entre organizaciones. Relatar lo que les sucede en el día a día de su trabajo con otras personas les ha permitido situar a algunas organizaciones en los funcionamientos específicos que tienen estos espacios, es decir, abrir las posibilidades de enfrentarse a las barreras, pero con mejor información para adaptarse.

NOS FALTA ESTUDIAR EL RENDIMIENTO DE LOS CONTENIDOS PAUTADOS, ESPECIALMENTE CUANDO SON SOCIALES O POLÍTICOS

Como parte de la investigación, se proyectó una fase de pago de publicidad para estudiar todo el proceso en cabeza de tres de las personas entrevistadas, cuyos hallazgos se presentan a manera de discusión. Los datos mostraron que la pauta de contenidos sí generó el aumento del rendimiento del alcance de las publicaciones respecto a los contenidos orgánicos. Sin embargo, la pauta no garantizó la magnitud de este alcance y algunos resultados pudieron estar en el rango de lo alcanzable a través de métricas orgánicas. En todo caso, durante el proceso, las participantes en el experimento tuvieron retos y problemas que podrían recogerse bajo la práctica de la autocensura; es decir, si bien no fueron directamente ordenadas por la plataforma, son producto de un acumulado de experiencias y casos concretos que serán descritos a continuación.

Dicha autocensura tiene relación con otros problemas más allá de la forma, no es un asunto de hacer más digerible o menos complicado el mensaje únicamente. En algunas ocasiones la publicación de piezas que contenían canciones llevaba directamente a bloqueos en la publicación o a su eliminación, sin importar que su uso no era comercial sino de carácter informativo. En

otros casos, al subir sus contenidos se encontraban con una falta de reconocimiento temático: muchas veces la plataforma asocia la categoría de lo político como contenido derivado de las campañas electorales, nada más; lo que refuerza la percepción de las OSC de que las plataformas dentro de sus políticas no aplican el mismo rasero para todos los contenidos divulgados dentro de ellas. Cuando se trata de medios de divulgación periodística independiente, al usar términos como 'violencia', 'paramilitar' o 'grupo armado' en los titulares a veces ven cómo les bajan el contenido.

De acuerdo con estos ejemplos previos, las OSC no consideran que sea beneficioso reconocerse dentro de las plataformas como Organizaciones Sociales o Políticas, pues al someterse a esa categoría se ven forzadas a adaptar sus flujos de trabajo, su vocabulario y sus estrategias de comunicación a lo que sea digerible o aceptable por la red social. En consecuencia, las organizaciones prefirieron usar la pauta publicitaria de manera estratégica, reservándola para casos muy específicos en donde el contenido no sea tan problemático.

Por último, debe mencionarse que el proceso de pago supone un reto para algunas de estas organizaciones pues, si bien están constituidas legalmente, no tienen la capacidad económica para mantener una cuenta empresarial, razón por la cual muchas veces deben usar medios de pago personales. Esto, dependiendo del caso, representa molestias en muchas personas pues no es cómodo mezclar los medios de pago a la hora de rendir cuentas frente a los organismos competentes o en procesos de auditoría externa.

ES NECESARIO REVISAR LAS REGLAS DE JUEGO

Notamos que las plataformas de redes sociales no tienen en cuenta la labor de organizaciones de la sociedad civil y de medios de comunicación independientes como una labor que merece una consideración especial. Asegurar la expresión y el rol en la democracia de esas organizaciones

resulta urgente de cara a la disminución de contenido político en las plataformas y al anuncio sobre el cambio en la política, según la cual no se recomendará proactivamente contenido político en esas plataformas.

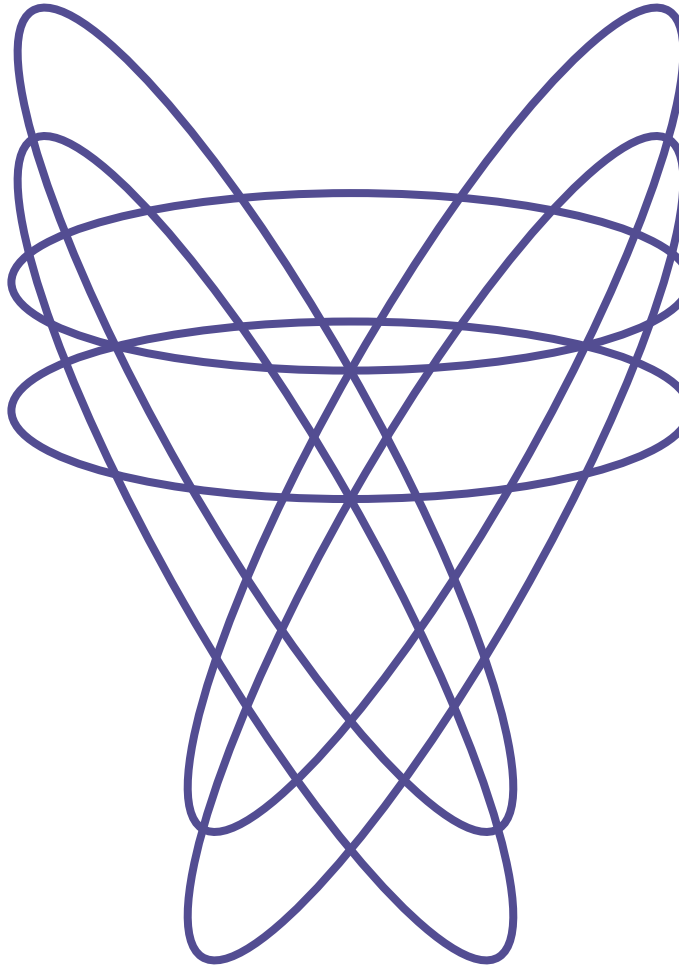
Un ejemplo concreto también está presente en la manera poco clara en que se manejan los datos de las OSC; de acuerdo con los hallazgos, las plataformas les exigen documentos de identidad, direcciones y otro tipo de certificaciones como parte de un protocolo de verificación sobre la naturaleza de su organización, pero nunca se les explica qué hacen con esos datos. En otras ocasiones las personas manifestaron que desde su rol como representantes de organizaciones y de medios independientes intentaron hacer contacto con el soporte de Facebook e Instagram, sin embargo, las respuestas fueron demoradas, insuficientes o inexistentes. En algunos casos, las quejas del soporte que tuvieron fueron por la dificultad que genera que sus reclamos hayan sido tramitados de forma automatizada.

La investigación llega a una conclusión sencilla —pero contundente— con base en la experiencia de las OSC: es necesaria una revisión de las normas y políticas de las plataformas en relación con el contenido que producen las organizaciones para que se aplique una perspectiva de derechos humanos. Identificamos que esta revisión debería abordar la transparencia en la toma de decisiones sobre el contenido para garantizar que las OSC comprendan por qué se eliminan contenidos, se bloquean funciones, se disminuye la visibilidad de cuentas o se eliminan.

Las normas de las plataformas deberían incluir mecanismos para recibir y considerar las inquietudes de las OSC respecto a los cambios en sus políticas, asegurando que las soluciones sean adecuadas y no afecten desproporcionadamente a estos actores. Además, la investigación sugiere la necesidad de diseñar políticas de pauta específicas para organizaciones sociales, medios independientes y creadores de contenido social. Este asunto es relevante, pues parte por reconocer que la protección de los Derechos Humanos no solo se logra con las

acciones de las OSC, sino que necesita de la colaboración activa de las plataformas de redes sociales. La investigación evidencia que no es posible automatizar la moderación de contenidos o la restricción de palabras, sino que se debe aprender a leer bajo qué contexto y con qué intenciones se están dando las discusiones en la internet. En muchas ocasiones, las soluciones creativas que se usan para crear contenidos que no sean sancionados están ligadas a que no hay una proporcionalidad ni un análisis contextual de los contenidos; razón por la cual las plataformas minan o debilitan la capacidad de los usuarios para acceder a información relevante que permita construir opiniones informadas y críticas.

Por último, se reafirma la importancia de la consulta a las OSC ante los cambios de políticas, así como el acceso a representantes de las plataformas diferentes a los del área de negocios que, según los hallazgos, deberían tenerse en cuenta para la revisión de las políticas y normas de las plataformas. En definitiva, los nuevos roles de creadores de contenido plantean desafíos y la necesidad de repensar las estrategias de comunicación en un contexto mediado por las plataformas sociales. Las organizaciones están aprendiendo a navegar en un entorno digital cambiante y complejo, donde la innovación y la adaptación son clave para el éxito.



Periodismo con la IA, experiencia de Cuestión Pública

Claudia Báez

Cuestión Pública es uno de los referentes en periodismo de investigación y de datos en Colombia. También somos muy reconocidos por la innovación en formatos que, justamente, se preguntan: ¿cómo hacer que el periodismo de investigación salga del nicho del periodismo de investigación y llegue a distintas audiencias, entre ellas los jóvenes, para contribuir a que se tomen mejores decisiones democráticas? Cuestión Pública es un medio que desarrolla periodismo con impacto. Trece de sus investigaciones han propiciado o abierto procesos en la Contraloría, Procuraduría, Fiscalía, Tribunales, incluso en la DEA.

El equipo de Cuestión Pública es joven, somos alrededor de 19 personas con una media edad de 23, 24 años. Y antes de explicar cómo hemos llegado a encontrar soluciones en nuestro trabajo empleando la tecnología artificial, quiero dar un contexto para entender un poco mejor qué es la información y a qué nos estamos enfrentando con la sobreproducción de contenido digital y la guerra entre la información de calidad y la información artificial en periodismo, en los medios de comunicación y en el ecosistema de información. No hablemos más de medios de comunicación, porque evidentemente esta es la industria que está en el primer frente de batalla, por así decirlo, y es la que tiene mayor impacto con respecto al uso de la IA.

Para presentar información de calidad hay unos principios que son la ética, la veracidad, la relevancia, el contexto. La ética, sobre todo, está en el punto de quiebre con respecto a la toma de decisiones que hace la tecnología IA. La veracidad se refiere a que los presentados sean hechos comprobables y exista verificación de la información; la relevancia hace referencia a que la información se entregue en el momento oportuno, y el contexto es el

análisis de la información que se realiza en conexión con los hechos y los datos.

¿Qué ocurre con este ascenso monumental de la información artificial al que nos enfrentamos hoy? Evidentemente hay riesgos y tienen que ver con la facilidad y bajo costo para la distribución de información que puede llevar a la superproducción de contenidos superficiales o engañosos. En este contexto la velocidad prima sobre la precisión, e incide directamente en el incremento desmedido de la desinformación, que es a lo que evidentemente nos estamos enfrentando en todo el ecosistema y la industria de generación de contenidos. ¿Qué va a ocurrir cuando la desinformación sea realmente insostenible?

¿Cómo se está utilizando AI actualmente en el periodismo? Con generación automática de contenidos, con análisis masivo de datos, verificación de los hechos de una manera mucho más automatizada, con resúmenes informativos, y el multiformato, al que toda la ciudadanía tiene acceso. Hay innovaciones como la de Google Notebook LM, que proponen agentes de generación automática de *podcast*; son agentes robots creados con Inteligencia Artificial que pueden llevar conversaciones entre ellos exactamente como se hace en un podcast. Esta herramienta está disponible solamente en inglés, pero no pasará mucho tiempo antes de que llegue al español.

Hablemos de dos escenarios distópicos a gran escala en el ecosistema de información. Uno de ellos es la pérdida de la confianza, es decir, ¿qué pasará cuando todos desconfiemos de lo que está publicado en Internet y se instale una desconfianza desmedida hacia los medios de comunicación? Tal vez se abra nuevamente la oportunidad para los medios como se conocen hoy en la verificación de la información. Por otra parte, ¿qué pasa cuando no existe un control con respecto a cómo se están consumiendo las pautas? La de Internet es una industria que está basada en pautas publicitarias y en anuncios comerciales, ese es su modelo de negocio. Hace poco se hizo noticia el caso de una estafa en Spotify por diez millones de dólares a causa de una persona que hizo una canción con Inteligencia Artificial y generó *streamings* artificiales

sobre esa canción que significaron diez millones de ganancias a Spotify, pero todo era falso. Entonces, ¿cómo harán en el futuro las marcas para creer en *streaming* que pueden ser falsos, en vistas que pueden ser falsas, en un consumo que es generado artificialmente? Y es acá donde aparece un punto de quiebre en este escenario distópico.

Nuevamente, ¿cuál es la oportunidad para los que hoy son medios de comunicación, pero que en el futuro se concebirán como actores de la información? La oportunidad está justamente en verificar qué audio, qué imagen y qué contenido ha sido generado artificialmente. Eso es lo que va a dar el valor agregado en estos escenarios que nos imaginamos.

En Cuestión Pública hemos entendido muy bien eso y aplicamos el rigor de un periodismo de investigación y la correspondiente verificación por medio de una herramienta que se llama ODIN, Optimized Data Integration Network. Esta es una herramienta de Inteligencia Artificial que se usa para aprovechar al máximo los archivos que Cuestión Pública ha construido en casi siete años produciendo investigación de calidad a partir de información verificada, comprobada y contrastada, para poder mantenerlos vigentes y en el centro de una agenda mediática, dando contexto a la ciudadanía.

ODIN opera bajo la filosofía de Zero Waste, o sea, cero residuos en periodismo de investigación. Y esto es porque, a diferencia de los medios de actualidad, quienes hacemos periodismo de investigación pasamos mucho tiempo antes de publicar debido a la labor investigativa. Esto hace que un medio de periodismo de investigación y sus periodistas pierdan relevancia al cubrir la actualidad, pues pierden concentración y pierden tiempo. Entonces, somos medios solamente dedicados a investigación periodística, y cuando cubrimos actualidad, porque encontramos conexiones entre lo que está pasando en la agenda mediática y lo que nosotros tenemos investigado, hacemos un *post* de contexto a la ciudadanía. Esto le quita tiempo a un periodista de investigación que está en medio del mar, por ejemplo, haciendo conexiones de muchos

puntos y datos, y de un momento a otro tiene que ir a cubrir coyuntura.

¿Cómo creamos ODIN? A través de dos grandes investigaciones de datos: *Sabemos lo que hiciste la legislatura pasada*, que fue una investigación sobre el patrimonio de los congresistas en Colombia y *Juego de votos*, que es una investigación sobre los clanes políticos y cómo las grandes familias políticas en Colombia controlan el territorio con poder y dinero y mantienen los liderazgos. Está basada en *Game of Thrones*, y la otra, es un Instagram donde se le dice a la ciudadanía: *estalquea* a tu congresista.

Juego de Tronos condensa más o menos mil doscientos nodos de familias políticas de las 10 familias más importantes del país. No se trata de un simple perfil, es decir, no es una cuestión que nació en 1960, no. Esto es periodismo de investigación que cruza alrededor de veinticinco bases de datos y lanza diálogos periodísticos en una aplicación de noticias con un estilo de *gamificación*. A partir de ahí hacemos un *engagement* con un público joven. Lanzamos esta herramienta para las elecciones de Congreso y Presidencia de 2022, con la intención de que los jóvenes de entre 18 a 35 años supieran cuáles eran los caballos de Troya, las casas políticas en Colombia, y supieran que si votaban por esos caballos de Troya, ayudaban al poder de la casa.

Sabemos lo que hiciste en la legislatura pasada condensa alrededor de tres mil quinientos nodos, entre empresas y personas relacionadas con setenta y cinco congresistas en Colombia, que fueron escogidos por setecientas personas en un sondeo abierto para que los ciudadanos escogieran a qué congresistas querían que Cuestión Pública investigara. Las investigaciones fueron hechas bajo una metodología sofisticada en la que medíamos a todos los congresistas de todos los espectros políticos con la misma vara. Les preguntamos por qué estaban en el Congreso, o a qué negocios o a qué intereses respondían esos congresistas desde el Congreso. También cuál era su patrimonio, si se habían enriquecido estando en el cargo, si contrataban a sus familiares, si estaban beneficiando a sus financiadores de campaña, si estaban

legislando en bien propio o en el bien de sus familiares o financiadores de campaña o padrinos políticos.

Estas investigaciones conforman la base de ODIN, porque logramos *proctorizar* estas sofisticadas bases de datos de Cuestión Pública y les hicimos unos *embeds* para que ODIN tomara la información que previamente había investigado Cuestión Pública, y la conectara con hechos que están ocurriendo actualmente en el país. Con esta capacidad, observamos los *trendings* en X, o en otras plataformas de redes sociales, y sabemos si una persona en particular está en el centro de la agenda mediática y, como ya tenemos investigada a esta persona, o a sus nodos, o a sus intereses, se genera contenido que nos ponga en esa agenda mediática.

Esto nos ahorra tiempo a los periodistas de Cuestión Pública: de las tres horas que podíamos tardar en preparar un video para publicar en Twitter, ahora podemos hacerlo en quince minutos. Con las bases de datos que tenemos conectadas a la aplicación de noticias se generan cambios en tiempo real que nos permiten usarlas a la brevedad.

Aquí hay dos metodologías que son de avanzada. Una es el RAC, Retrieval Aumented Generator. Con RAC le dices a la IA que se concentre en tu información y que descarte todo lo que aprendió antes, y eso es revolucionario porque disminuye las elucidaciones.

¿Cuál es el problema cuando hacemos contenido automatizado con IA? Que estas herramientas, los *large language model*, aprenden de todo el Internet, de todo lo que se ha generado en Internet, y es ahí donde empiezan a meter hechos que no son comprobables, es ahí donde empiezan a desvariar y a ser imprecisas. Cuando Cuestión Pública le antepone metodología RAC hace que la IA disminuya ese riesgo, porque se está concentrando y se está enfocando en la información que solo produce Cuestión Pública, que es información contrastada, verificada, es una información de calidad.

Otra metodología que nos pone a la vanguardia es Fine Tuning. Esta hace que la IA (la herramienta, que es ODIN) tome la voz que tiene Cuestión Pública

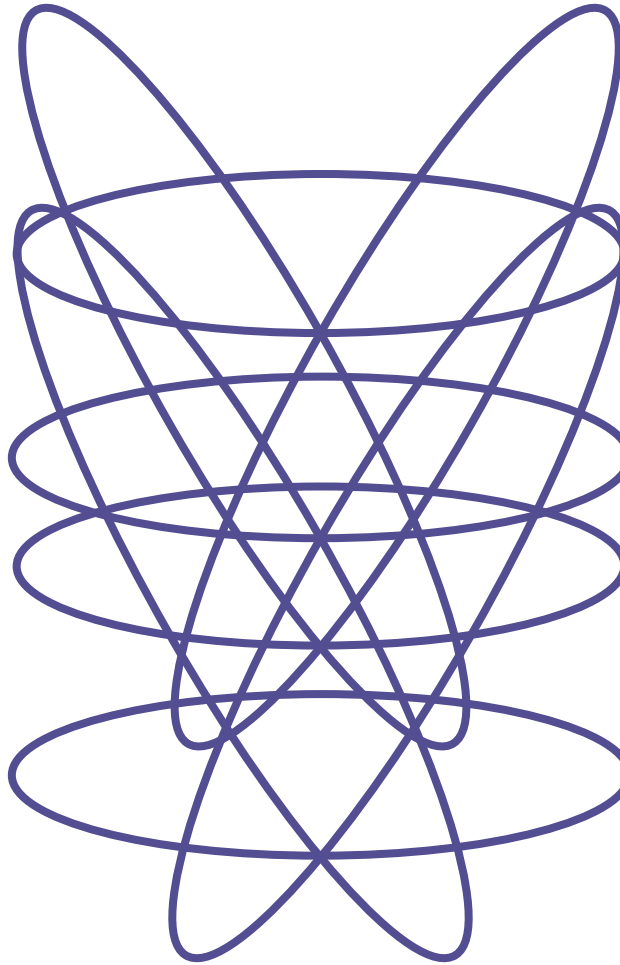
en redes sociales. La voz de Cuestión Pública en redes sociales es frontal, es provocativa, es irónica, es ácida, es sarcástica. Nosotros logramos entrenar con Fine Tuning para que adaptara nuestra voz y la imprimiera y así se comunique cuando nos genera el borrador del contenido automatizado.

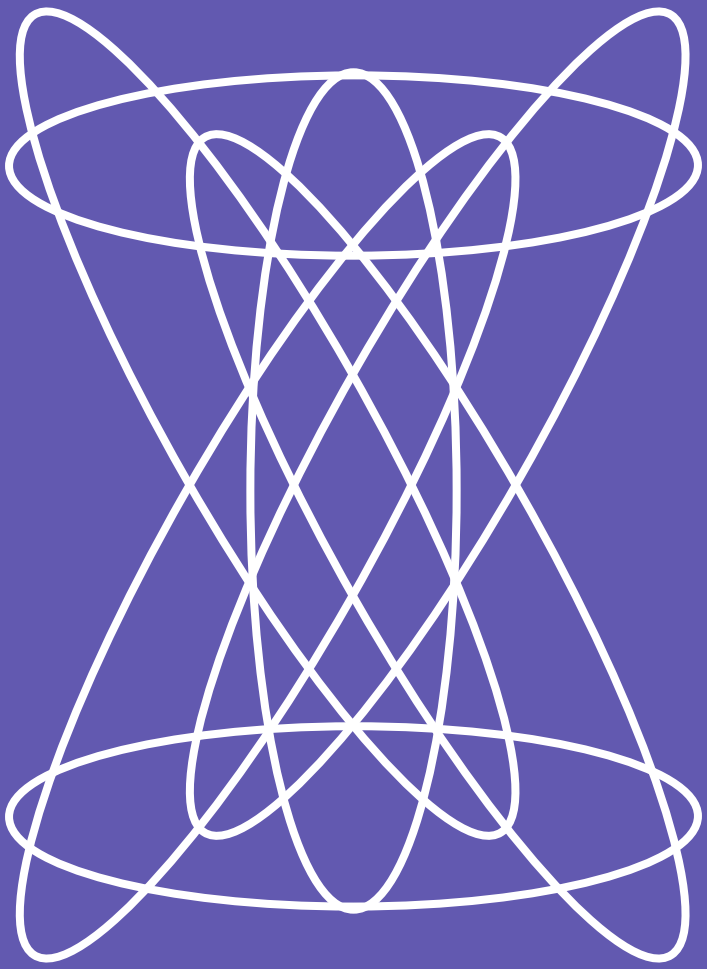
Esto es una interfase privada que usamos los periodistas de Cuestión Pública en cuatro pasos. En el primero tienen que insertar el *headline* de lo que está ocurriendo en tiempo real. Por ejemplo, "Ciro Ramírez, del Centro Democrático, está siendo imputado por la Corte Suprema de Justicia". Ese es el *headline*. Es lo que está en ese momento sacando una emisora como la W, o Caracol. Todos los medios están sobre esa noticia, pero ¿qué hace Cuestión Pública? Ya tiene investigado a Ciro Ramírez, lo tiene en sus bases de datos, en sus cuatro mil trescientos nodos. Entonces, le dice a ODIN: "este es el headline, este es el personaje que ya está investigado por Cuestión Pública, conéctalos". Y en el segundo paso, la herramienta hace una ponderación en los hallazgos periodísticos de Cuestión Pública, y esa ponderación la va a hacer con respeto al contexto que le dimos en el *headline*. El *headline* es corrupción por casos de marionetas, y él va a ponderar con respecto a la corrupción que encuentre en los hallazgos periodísticos de Cuestión Pública, con respecto a Ciro Ramírez y la corrupción. En el tercer punto va a generar el contenido automatizado con esa ponderación ya dada. Y en el cuarto, le entrega la voz con la cual Cuestión Pública se comunica con su audiencia. Así es como más o menos se ve la interfase de Cuestión Pública. Y con esta modalidad es que hemos publicado los hilos en la cuenta de Twitter.

¿Qué sigue para ODIN? Bueno, esto es hasta ahora el primer paso. La idea es que pueda tomar cualquier tipo de información estructurada o desestructurada, es decir, que no esté realmente en bases de datos semiestructuradas, sino que pueda tomar cualquier tipo de información que tenga el medio de comunicación y pueda, automáticamente, sin necesidad de poner manualmente el *headline*, conectar con los *trending topics* que estén en la

agenda mediática. Esta es una idea que puede realmente ayudar a medios como Cuestión Pública, que son medios de investigación, a tomar mayor relevancia y convertirse en tendencia publicando una oferta de información verificada en tiempo real.

Para terminar, con respecto a la ética y la calidad, todos los contenidos generados por IA, y esto es una política en Cuestión Pública, siempre van a ser editados por un humano. Es decir, y creo que es una norma generalizada en la industria de medios, no se hace contenido para publicar automáticamente, sino que siempre habrá un editor que va a revisar y verificar la información antes de que salga al público. La IA es una herramienta que, evidentemente, te ayuda a agilizar y optimizar el proceso, pero no es la última palabra. La última palabra siempre la tendrá un humano. Y esto, con el uso de este tipo de herramientas, es una decisión ética. Ese es, creo, el meollo para la implementación y la incorporación ética de la IA en los medios de comunicación. Es un amplio tema de discusión, pero consideramos que siempre que se pongan esos filtros humanos a la generación automatizada de contenido, el aspecto ético estará resguardado. Muchísimas gracias por escucharme y que tengan una buena tarde.





IA Y LAS NUEVAS CIUDADANÍAS

En este texto se recoge la memoria del panel académico desarrollado en la Pontificia Universidad Javeriana el 22 de octubre de 2024, el cual fue coordinado por John Garzón, líder del proyecto Digital es cultura del Grupo de Comunicaciones de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos, DACMI, del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes.

JOHN GARZÓN: Inteligencia Artificial, participación y nuevas ciudadanías, este es un espacio propiciado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes y la Pontificia Universidad Javeriana en el marco de la Cátedra UNESCO de la Comunicación en este aniversario de 30 años. Agradecemos a todas las personas de la Universidad, al profesor José Miguel Pereira por abrirnos amablemente este espacio, y a nuestros panelistas, que hacen parte de este equipo de lujo y hoy nos hablarán sobre la Inteligencia Artificial desde una perspectiva diferente a la que hemos venido escuchando.

Precisamente, este enfoque que queremos compartir con ustedes el día de hoy busca observar de manera reflexiva y crítica los aportes y limitaciones de la Inteligencia Artificial en la construcción de nuevas formas de ciudadanías. En este sentido, la propuesta y el propósito del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes quiere abrir espacios de diálogo y de conversación que permitan que el uso y apropiación de esta nueva tecnología sea incluyente y homogéneo para la ciudadanía; que aunque existan diferencias estructurales, no persistan los sesgos éticos o de cualquier otra índole en el escenario democrático.

Como invitados tenemos a Álvaro Montes, director de Inteligencia Artificial Colombia (Prisa Media), editor de Tecnívoro y representante de la Fundación IAJuntos, con más de dos décadas de experiencia en el uso de las TIC en entornos de educación y desarrollo social, así como en la producción de contenidos relevantes y periodismo tecnológico. Publica sus escritos en la revista SEMANA y es asesor de organizaciones gubernamentales (MEN, MinAgricultura, MinCulturas), de agencias de cooperación internacional y onegés; además participa en estrategias, capacitaciones, moderación de eventos y procesos, en estudios de caso y en solución de problemas relacionados con estos temas.

También tenemos a María Paula Martínez, politóloga, periodista y *podcaster* con más de trece años de experiencia en el sector de la comunicación y la cultura, la formación y diseño de proyectos de comunicación

con un enfoque plural. Fue becaria del programa Chicas Poderosas (2015) de la Radio Pública de Estados Unidos NPR y de #CambiaTuHistoria, en 2024. Es *podcaster* en @PresuntoPodcast y profesora del Centro de Estudios en Periodismo de la Universidad de los Andes. De 2015 a 2017 fue coordinadora del Programa Bogotá Cuenta las Artes del Idartes y la Fundación Arteria. Fue directora de comunicaciones de MinCulturas. Fue subdirectora de la FLIP y directora de convergencia de Canal Capital.

Por último, tenemos al profesor Luis Fernando Niño, ingeniero de sistemas, magíster en ciencias matemáticas de la Universidad Nacional de Colombia, con doctorado en Ciencias de la Computación de la Universidad de Memphis. Profesor titular de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Colombia. Su principal área de investigación y docencia es la Inteligencia Artificial y sus aplicaciones, especialmente en ciencias biomédicas. Actualmente dirige el grupo de investigación Laboratorio de Investigación en Sistemas Inteligentes (LISI) y el semillero en Inteligencia Artificial IMPERIUS.

Como pueden ver, es un panel heterogéneo. Teniendo en cuenta que la popularidad de la tecnología IA viene creciendo cada vez más desde hace un par de años ¿cuál es la perspectiva que cada uno tiene sobre esta tecnología?

MARÍA PAULA: buenas tardes. Muchas gracias por la invitación. Yo estoy en el sector del periodismo, de la formación y de la creación de contenidos. Es una pregunta constante, que en mi experiencia la tratamos de abordar desde un pensamiento más positivo que negativo.

No queremos ver esta tecnología solo una amenaza. Por ejemplo, en los espacios de formación académica, donde tal vez es más fácil prohibir su uso, nos preguntamos cómo hacer para que los estudiantes no entreguen más trabajos hechos por la Inteligencia Artificial; por eso preferimos aplicar otra mirada, porque es frecuente la frustración. Si lo miramos, casi que toda suma es a la pérdida, a la pérdida de la creatividad, a la pérdida del pensamiento crítico, a la pérdida de la capacidad

de escribir, del adecuado uso de la gramática, porque ahora los estudiantes obligan a su profesor a leer cosas que ellos no escribieron, que están hechas como con un molde, aplanadas, y el profesor debe corregir muchas veces esos textos, regresarlos con el comentario de que fueron hechos con Inteligencia Artificial y sermonear a los estudiantes diciéndoles que eso está mal éticamente.

Desde hace un tiempo, en la Universidad de los Andes vinculamos las herramientas disponibles para que los estudiantes las usen deliberadamente, vincular las herramientas al ejercicio. Lo hemos hecho con la escritura de guiones de video y funcionan muy bien. Las actividades tienen que ver con voz, con escritura de textos o con imagen, y la propuesta dentro del currículo es usar la Inteligencia Artificial y descubrir en esos ejercicios las posibilidades que tiene.

Yo creo que hay ejemplos que nos han funcionado y son interesantes para que los estudiantes vean las posibilidades y la rapidez a la hora de combinar archivos y de procesar un gran volumen de datos. Hay un ejercicio en el que ellos imaginan primero un guion y lo escriben. Para la segunda entrega deben transformarlo usando *prompts* por medio de los cuales cada uno explora y pide a la IA que lo escriba como alguien más, que le dé el estilo de una persona distinta. A partir de ahí obtienen unos resultados con base en ideas propias que son interesantes. Creo que sucede algo parecido en las salas de redacción en cuanto a creación de contenido, porque allí es necesario preguntarse para qué se puede utilizar la IA, antes de prohibirla, y que es posible intentar usarla con transparencia y darse cuenta de sus sesgos, de sus intereses artificiales que, en el caso de Google, son del hombre blanco, muy occidentales, muy patriarcales.

ÁLVARO MONTES: yo soy periodista especializado en el cubrimiento de tecnología y, específicamente en los últimos tres años, he estado al frente de un proyecto que es muy interesante desde el oficio del periodismo que es la Inteligencia Artificial Colombia. Intentamos promover una conversación nacional alrededor del reto que creemos que

tiene Colombia frente a este tema. Cuando iniciamos el proyecto todavía no aparecía en todo su furor la expresión del ChatGPT, pero nos parecía que un país como el nuestro, tan pequeñito en el escenario tecnológico global, tan ajeno a una carrera tecnológica dominada básicamente por dos países: Estados Unidos y China y con Europa rezagada y América Latina más rezagada todavía, necesitaba conversar sobre el uso de esta tecnología.

¿Qué puede hacer un país como el nuestro frente a esto? ¿Realmente nos ofrece una oportunidad para reducir brechas, para mejorar los indicadores económicos estructurales de la economía colombiana? Esto fue lo que pusimos sobre la mesa y lo hemos venido trabajando. Ahora mismo hay ocho proyectos de ley en discusión en el Congreso y muy pronto tendremos una ley de Inteligencia Artificial; eso es muy importante porque Europa acaba de hacer una ley maravillosa, pero nosotros vamos a tener una ley de Inteligencia Artificial que se está construyendo sin ciudadanía. Allí están sentados el ministerio TIC y el TNP, y los congresistas y las empresas de siempre: Microsoft, Amazon, Google, etcétera, discutiendo qué debe hacer Colombia frente a este problema. La discusión europea tomó año y medio y en ella participaron los sindicatos, las onegés, los partidos políticos, los grupos de derechos humanos, los grupos de organizaciones de discapacitados, los pueblos sin discapacidad, es decir, en el mundo conversa sobre este tema mucha más gente que los ingenieros o que los políticos, y esa es la obsesión personal he tenido en los últimos dos años: tratar de ver cómo en Colombia podemos meterle ciudadanía a la conversación sobre el futuro tecnológico del país y su impacto estructural en la cultura, en la economía y en general en todos los ámbitos de la sociedad. Ese es nuestro trabajo: tenemos una fundación, IAJuntos, que acompaña a organizaciones sociales en la construcción de puntos de vista y de propuestas sobre el tema.

LUIS FERNANDO NIÑO: nuestro rol desde la academia es fundamentalmente la formación y la investigación, la generación de conocimiento, y como institución pública, en la Universidad Nacional hacemos formación en los

diferentes niveles de pregrado y posgrado, contribuyendo a todas las necesidades del país. En el ámbito de la universidad existe lo que llamamos *extensión*, que busca poner el conocimiento al servicio de la sociedad en general. Desde la formación y la investigación en torno a la Inteligencia Artificial, hemo encontrado que la ética ha cobrado gran relevancia en los procesos de formación y a la hora de usar esta tecnología. En general, los desarrollos tecnológicos, a través de las revoluciones industriales, han contribuido a los cambios sociales. Pero en este caso el asunto es complejo porque se trata de una tecnología que toma vida propia y en ese sentido es más avanzada si se la compara con otras tecnologías. Pongamos como ejemplo la electricidad, que revolucionó el transporte del siglo XX. El avance en la biomedicina, los métodos anticonceptivos, también generaron una revolución. Pero digamos que estas tecnologías han sido superadas por la Inteligencia Artificial. Para nosotros es evidente que incluso los estudiantes, en las propuestas que hacen de investigación, se encaminan hacia la solución de algunas de las problemáticas que ya se han evidenciado con el uso de Inteligencia Artificial y que tienen que ver con asuntos éticos como el sexismo y la discriminación.

JOHN GARZÓN: el punto que menciona Fernando tiene que ver con los sesgos del algoritmo. El Technology Review, un magazín de Estados Unidos producido por el MIT, hablaba hace una semana de los sesgos de género y hacía grupos poblacionales de distintos motores de Inteligencia Artificial, no solo del popular ChatGPT, como lo decía hace un momento Álvaro, sino de todos los motores y cómo mantienen un constante sesgo de la cultura digital. ¿Cómo se dan esos escenarios de inclusión y exclusión en el ámbito de la Inteligencia Artificial?

MARÍA PAULA: no es un problema tan nuevo, Google también ha tenido ese mismo sesgo que determina los motores de búsqueda de género, de raza, de las comunidades. Muchas veces no se tiene en cuenta a las poblaciones empobrecidas, a las poblaciones diversas, y es evidente,

y lo hemos ido a demostrar haciendo ejercicios, en las imágenes no aparecen las mujeres, en ciertas búsquedas de trabajo no aparecen las vacantes para mujeres sino para hombres. La historia que aparece en Internet y que se construye a partir de archivos que recogen la información, es una historia que, como decía, es muy blanca y patriarcal y la internet nos la devuelve en la cara y nos dice: véanlo ahí, así han sido ustedes, ahí está.

Yo creo que el reto con la Inteligencia Artificial primero es que hoy hay unos debates, como también pasó con las olas del feminismo, que están pensando más en la inclusión, y también se ha recogido una larga experiencia en el uso de tantas tecnologías que ya sabemos que sin apropiación no funciona la discusión. Por eso es interesante que abordemos el tema desde la cultura y no solo desde la tecnología, que este no sea un debate exclusivo entre esas entidades que mencionabas al inicio, porque de lo contrario equivaldría a repartir el aparato sin pensar en el contexto en el que se circula.

Estamos ante una herramienta muy poderosa por medio de la cual es posible incluso incluir realidades muy particulares. Por ejemplo, una población de pescadores en un área rural en el Caribe colombiano podría, con el uso de herramientas de Inteligencia Artificial, hacer óptimas sus búsquedas, sus mapeos, llevar el registro de cambios en el clima y otras tareas que les optimicen una labor o un oficio; pero eso solo puede suceder si hay una apropiación de esa tecnología por parte de esas comunidades, algo que obviamente parte del acceso a internet, porque si no, ni modo.

Digamos que una vez superada esa parte, que es enteramente de infraestructura, hay otros aspectos muy importantes: ¿para qué es que vamos a utilizar esa tecnología?, porque no nos sirve a todos para todo, no es igual el uso que le podemos dar las poblaciones privilegiadas en Bogotá. Los estudiantes de los que hablaba antes corresponden a un sector hiperconectado, con acceso a múltiples pantallas, viven en una ciudad con acceso a Wi-Fi 5G. Si nos vamos a otras ciudades u otros centros poblados, los usos y las posibilidades van a cambiar,

seguramente esta tecnología ya no usará para escribir un guion, algo que no tiene sentido en otro contexto, sino para optimizar otros procesos. Por eso considero que parte de la conversación pasa por entender, por hacer una mayor conciencia de las diferencias, de lo que significa realmente la diversidad en Colombia.

ÁLVARO MONTES: hace unos años se dio una pelea entre Bill Gates y Elon Musk cuando Musk exploraba con sus globos para llevar internet a distintos lugares. Eran globos aerostáticos por medio de los cuales se podía llevar internet inalámbrico a zonas remotas y Musk los ofreció en la Patagonia y en el sur de África y Bill Gates dijo una cosa interesante: "¿de qué manera esos globos van a reducir el hambre, o combatir la malaria...?", y tenía razón. Creo que parte del desencanto, del conflicto y de la controversia que ha generado la inteligencia optimizada, es la etiqueta global que han recibido las tecnologías actuales emergentes, que crea una expectativa sobredimensionada sobre lo que pueden hacer y los problemas que pueden resolver. Los tecno-optimistas han hecho mucho daño, prometiendo que todos los problemas de la humanidad se van a resolver por medio de un algoritmo, pero no es cierto que el calentamiento global, el hambre y las inequidades puedan resolverse de esa manera.

Hay un problema muy fuerte que todos conocemos y es el de los sesgos. ¿De dónde vienen esos sesgos? ¿De qué fuentes se alimentan? ¿Por qué la subrepresentación de datos, o la subrepresentación de minorías en los datos con los que se alimenta la Inteligencia Artificial? Los problemas de internet se ven como globales, mundiales, pero si miramos el contexto colombiano, por ejemplo el caso del Observatorio de la Mujer en Cali, de la Universidad de ICESI, donde el año pasado se hizo un estudio muy interesante, los datos que usa Planeación Nacional de nuestro DNP, para las políticas públicas, tienen una muy grave subrepresentación de mujeres afro del pacífico. Entonces surge un reclamo que no es solamente políticamente correcto, sino que es más profundo, porque las decisiones

de distribución de las ayudas ya vienen sesgadas por esa subrepresentación. Al investigar el origen de esas subrepresentaciones, el Observatorio de la Mujer encontró que no se trata simplemente del patriarcalismo de los ingenieros, o de los técnicos economistas del DNP, no. Es un asunto logístico, porque es muy costoso hacer encuestas en el Pacífico profundo, pues no alcanzan a ser siquiera un punto estadístico. Con esos datos trabaja el DNP, entonces, tengo un problema serio con esa información.

Lo que más me preocupa, o lo que más me llama la atención, es que este problema de los sesgos, de la subrepresentación de datos, parece realmente insoluble. Ya tenemos la versión, Open AI 0.1, que es capaz de trabajar con ecuaciones, dirigida a científicos, no sirve para el joven estudiante que escribe un ensayo, es decir, se ha avanzado mucho. Ya vamos en Yemen AI, no sé, versión 3, también Big Tech, con el presupuesto descomunal que tiene... y bueno, no han podido resolver, y no es que no lo intenten, el problema de los sesgos. Por alguna razón la AI sigue alucinando, sigue teniendo esas preferencias patriarcales, sexistas, racistas, a pesar de todos los esfuerzos. Yemen AI, por ejemplo, en su momento Google dijo: "tenemos la solución, cada palabra que llegue a AI será confrontada con una lista negra de palabras que pueden contener algún tipo de exclusión o sesgo", también incluyeron fotografías de distintas etnias, de distintos tipos de ropa y no ha servido. Lo más preocupante es que cada vez es más fuerte la presencia de lo que llaman una "caja negra", esos algoritmos ahora hacen cosas que ni siquiera los ingenieros de Silicon Valley que ganan doscientos mil dólares al año entienden muy bien cómo, así que el problema de los sesgos nos acompañará todavía por mucho tiempo. Los marcos regulatorios, el proyecto de ley, y uno de los proyectos de ley que está en el Congreso actualmente en discusión trata de abordar eso.

LUIS FERNANDO: en los dos últimos años el desarrollo de nuevos modelos del lenguaje ha concentrado demasiado interés en este tipo de tecnología y de Inteligencia Artificial. Sin embargo, quisiera remontarme al origen de

los computadores y al desarrollo del computador electrónico, cuando por primera vez se pudieron programar estas máquinas y hacer cosas parecidas a cómo actuamos y realizamos tareas los seres humanos. Alan Turing, considerando uno de los padres de la computación, lo llamó "el juego de la imitación", que es justamente lo que se ha buscado a lo largo de toda la historia de la Inteligencia Artificial: imitar el comportamiento de los seres humanos. Y es ahí donde está el sesgo, porque los seres humanos tenemos sesgos. Todo lo que hemos hecho actualmente es transferir nuestros sesgos a la IA.

Vale la pena resaltar que, desde la década de 1990 hacia acá se ha mirado con atención creciente la complejidad de otros seres vivos, desde las bacterias. Por eso es importante revisar la bioinformática. Las bacterias, los virus, se adaptan, y se defienden, y pelean entre ellos y contra nosotros de maneras que escapan a nuestra comprensión, algo que puede alimentar la IA. Una próxima revolución tiene que ver con la biología y su aplicación en la IA.

JOHN GARZÓN: ese término de la imitación, que menciona Fernando, nos da paso a la siguiente pregunta. Martín Caparrós, hace unos meses, hablaba de una forma evolucionada de plagio, un poco en la idea que ustedes han planteado de sacar de ese lugar fácil del prejuicio a la Inteligencia Artificial e identifacrla como algo nocivo, macabro, o demoniaco. La ética es el gran dilema, y tiene que ver con la autoría; de hecho, hace unos meses hablábamos en otro espacio de la muerte del autor, relacionada con la Inteligencia Artificial. Ese dilema ético trasciende lo normativo y lo legislativo, como decía hace un momento Álvaro; trasciende los espacios académicos, como decía María Paula... ¿qué podemos decir sobre esto en un momento en el que tenemos que tomar decisiones, al tiempo que se elabora un documento de política pública, un COMPES en torno a la Inteligencia Artificial? ¿Hacia dónde vamos en materia de ética con respecto a la IA?

MARÍA PAULA: creo que deben plantearse nuevos desafíos éticos, y lo pienso incluso desde mi sector que es el periodismo. Ya no podemos seguir pensándolo solo con los preceptos del siglo XX, de lo que era la ética periodística. Hoy estamos invitados a revaluar. Si se les aparecieron treinta mil personas negras, raizales, afrodescendientes y palenqueras de un conteo a otro, ¿qué pasó ahí? El rezago es altísimo, mientras llenamos internet. Desde el año 1994 existe en este país información más blanca, más andina, menos rural, menos diversa, menos étnica, y ponernos al día nos va a costar, porque estas dominancias sí tienen una ventaja comparativa de treinta años, y debemos añadir complejidades como el cambio climático que está aquí.

Creo que hay que pensar esos desafíos éticos en clave de las nuevas ciudadanías, de las nuevas identidades, porque las leyes no pueden quedarse viejas. Hay unas que ya lo están y que no piensan en esas poblaciones, en los cruces de esas poblaciones: ¿qué pasa con una población de mujeres que tiene un conocimiento ancestral de la partería en un corregimiento no conectado en el sur de Colombia, sobre la costa pacífica? ¿Qué pasa ahí? ¿Cuáles son las realidades?

Hay ejemplos de cosas interesantes para que la Inteligencia Artificial guarde archivo. En su momento se pensó que el informe del acuerdo de paz, escrito en lengua nasa, nasuyabe, infectaría la red. Estamos hablando de un acuerdo de paz del siglo XXI. Entonces, creo que hay ejercicios, hay movidas que deben volverse programas, política pública, proyectos, que intentan reparar esos vacíos, que se preguntan por las realidades, ya no las generales, las que están ahí, evidentes, más pobladas, sino que buscan las muestras de otras poblaciones, pongamos el Guainía o el Vichada, que están fuera del centro. La representatividad tiene que cambiar de lugar, y lo representativo hoy ya no está en la mayoría de las ciudades urbanas, sino en las poblaciones. Por eso el diálogo con el Ministerio de las Culturas es siempre el más interesante. Al Ministerio de las Tecnologías, o al DANE, les queda más difícil entender la complejidad cultural, pero si hablamos

de la relación de los desarrollos en las humanidades y en las artes son otros quienes tienen la palabra. Pienso que se puede usar Inteligencia Artificial para generar partituras, por ejemplo, para hacer ejercicios de pedagogía en artes y en oficios. Es posible hacerlo, pero en las grietas, en las poblaciones y en los lugares que de pronto no se están pensando ahora mismo, no solo aplicado a las mayorías y en los centros más poblados donde marcan las estadísticas, como Bogotá y Medellín, por ejemplo.

LUIS *F*ERNANDO: el tema de la inclusión y la desigualdad es triste. Hay declaraciones de las Naciones Unidas sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible para tratar de disminuir esa desigualdad de las naciones y mejorar la prosperidad. Entonces, ni siquiera hemos resuelto problemas básicos como el acueducto, la energía eléctrica, asuntos que debieron resolverse en los primeros cincuenta años del siglo XX y en los que, infortunadamente, nuestras poblaciones están relegadas. Todavía hay mucha gente en nuestro país que no tiene acceso a la tecnología.

Tendríamos que devolvernos un poquito y avanzar en términos de ética. Creo que tenemos un marco que es muy universal, que es el tema de los derechos humanos, que debemos proteger. Y también debemos avanzar para resolver la desigualdad y alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible, algo muy complejo que necesita de acuerdos, como hemos visto este año con la COP16. En la actualidad hay una conciencia de las naciones sobre cómo tratar de avanzar y resolver esas desigualdades de los pueblos. Hablamos de una corresponsabilidad de los gobiernos, de las organizaciones sociales, de todos los seres humanos, de la sociedad en general. Por otro lado, las herramientas tecnológicas pueden ayudarnos en la medida en que ofrezcan nuevas oportunidades de riqueza, en un sentido amplio, y permitan preservar las culturas de las regiones, de los indígenas, por ejemplo, de sus saberes. Creo que eso nos puede ayudar a protegerlos porque, solo de un tiempo para acá es que hemos tomado conciencia del valor de todo ese conocimiento tradicional. la información genética, también tenemos hemos venido

avanzando, ese mecanismo para proteger esto, y creo que tenemos que seguir avanzando.

ÁLVARO MONTES: en un escenario como este nosotros podemos abordar el problema ético desde perspectivas filosóficas, políticas, jurídicas, pero afuera es percibido de otra manera. A la ciudadanía no le importa nada de eso. El estudiante hace la tarea con ChatGpt. Si hablas con los congresistas que están discutiendo estos temas, te das cuenta que lo que les preocupa es, básicamente, cómo hacer para que no se difame en este contexto. ¿Hay una ley de difamación? Aquí, a cada político que le dicen alguna cosa va y hace una demanda. La Inteligencia Artificial no está contenida en las normas sobre calumnia y difamación de una persona. Entonces, ¿cómo vamos a resolver el problema? Lo que le preocupa hoy al asesor presidencial de las TIC es la ciberseguridad. De la ética, le preocupa el uso para la defensa del Estado y los ataques al Estado. Si hablas con los magistrados de la Corte Constitucional, que también son muy avanzados, han incorporado Inteligencia Artificial para que les apoye en la selección, la identificación de patrones... En cambio, a un juez en Santa Marta le dio pereza de estudiar un caso y le pidió a ChatGpt que le dijera cómo fallar...

Entonces, en el mundo real, allí afuera, este dilema ético, realmente, es poco importante. Es algo que ya nos pasó: nadie se preocupó por el dilema ético de las redes sociales, y miren eso cómo salió de mal, salió terrible, casi acabó con la democracia en el mundo. Entonces, ahora, cuando ya nos reponíamos de la hecatombe ética y política que generaron las redes sociales, (y es que hasta los ciber activistas digitales en Colombia defendían el derecho de Donald Trump a usar la red social como lo hacía), viene una nueva amenaza, tal vez más peligrosa. ¿Vamos a dejar también ese problema así, flotando?

JOHN GARZÓN: sobre ese tema de la apropiación digital, de cómo hacemos un uso responsable de ese nuevo conocimiento, teniendo en cuenta unos antecedentes que ya ha mencionado Álvaro: ¿Cuál sería la manera en que,

desde distintas instancias de la sociedad civil, pasando por el gobierno, y por la misma academia, se puede hacer una apropiación lo menos traumática posible de esta nueva tecnología?

MARÍA PAULA: Yo creo que no se trata de si es traumática o no. La idea es hacerla. La política es hacer la apropiación, porque repartir tecnología, con esos ejemplos tan lejanos que tenemos, por ejemplo, cuando no contamos con medios públicos fuertes y sanos y nos muestran la BBC, y la Deutsche Welle, y nos quedamos mirando eso... Para allá no vamos, nunca, tal vez deberíamos olvidamos del norte global, porque nuestra apropiación no es necesariamente la misma que la del norte, nuestra apropiación responde a nuestro territorio y a nuestras realidades.

Entonces, yo creo que la apropiación se necesita, no debería ser traumática, pero no debería ser desigual, porque entonces pasa lo que pasó con las tabletas, que se compartieron en unos lugares pero nunca se enseñaron a utilizar y se convirtieron casi que un problema, ¿no? Si no hay electricidad, por ejemplo, desarrollar el punto de vista de lo digital es complicado. Si queremos que las personas tengan proyectos comunitarios, ¿dónde está el orden del asunto? Entendiendo, de pronto, que toca tener distintos niveles, distintas velocidades. Aquí, en las ciudades conectadas, tendría que hacerse de una manera, el mismo modelo no puede encajar en los lugares más alejados, donde la geografía es accidentada y más difícil. Seguramente, el modelo que implementaron en California, no va a ser el más apropiado acá, podría haber unas buenas prácticas.

Yo creo que no es suficiente la autorregulación, como pensamos a veces. En otros escenarios de libertad de expresión, creo que no es tan complicado. Es como el sentido común: no hay tantos puntos de encuentro como quisiéramos. No es fácil pensar qué vamos a hacer ni cuáles son los nuevos acuerdos. ¿Qué vamos a hacer sobre los discursos de odio, sobre la privacidad, sobre los derechos de autor, sobre todo lo que se derive de estas tecnologías?

Creo que, indiscutiblemente, la academia y las escuelas tendrían que empezar a abordarlo, porque ya es un poco tarde. Las escuelas de comunicación se lo están preguntando, la educación de los menores se está preguntando por el uso. Siento que, por ahora, lo más fácil es condenarlo. En el colegio es prohibido el uso del celular, incluso en la casa de uno. ¿Cuál es el escenario ideal?, ¿cómo hacemos para que los menores en la casa lo utilicen de una manera, pero no de otra?, ¿cómo reglamentamos el uso de ciertas plataformas desde la edad? YouTube kids, por ejemplo, y todo lo que se ha ido desarrollando para internet, que ha buscado las maneras de vincular, incluso, las exploraciones infantiles. Pero desde otra perspectiva, antes de condenar y de firmar la carta, para que mejor paren eso y luego nos preocupamos... Que fue un poco la salida el año pasado; cuando se nos salió un poquito de las manos. Mejor firmen aquí, y luego lo pensamos. Esto está sucediendo ahora, y creo que requiere una mirada desde la perspectiva cultural, ¿cómo insertar esa apropiación?, la educación mediática es necesaria.

ÁLVARO MONTES: el problema de la apropiación digital en Colombia es dramático. Realmente, ahí está el núcleo principal de nuestro problema. El año pasado, el Centro Nacional de Consultoría hizo un estudio de apropiación digital. Es un estudio original. Ellos han establecido un indicador que puede compararse a un Gini de apropiación digital: va de 0 a 1. Durante la pandemia Colombia se conectó por obligación y este fue el primer estudio que se hizo postpandemia. Este año se hizo y los indicadores cayeron al piso. El estudio es completísimo, les recomiendo revisarlo. Les resumo dos cosas claves: una es que ellos distribuyen en tres categorías el uso social; no miden la conectividad, es un estudio cualitativo, en la esfera más alta de unos usos de la conectividad y la tecnología, están el 16 % de los colombianos: sectores socioeconómicos 5 y 6. Este segmento usa internet, la conectividad y los computadores para hacer negocios, para aprender un tercer o cuarto idioma, para realizar transacciones financieras, etcétera. El segmento más básico, donde está el 45 % de

la población colombiana, usa internet para ver videos en TikTok, y pasa las 6.5 horas diarias dedicadas a internet, en promedio, en las redes sociales. Aquí vamos teniendo un problema serio.

Lo anterior se explica porque ese grupo del 16 %, de estrato 5 y 6, tiene varios computadores en casa, tienen banda ancha, bilingüismo, son universitarios. Y ese otro 45 % se conectan por teléfono. En Colombia tenemos poquitos computadores, necesitamos eso. Un indicador de preparación digital es el número de computadores. Porque no es lo mismo la experiencia de disfrute de la tecnología desde un computador que desde un celular. Empobrece esta última en experiencia. La conclusión del estudio recuerda la famosa parábola de Mateo en la Biblia. En el Evangelio de Mateo hay un pasaje donde Jesucristo dice: "porque a los que tienen se les dará más y a los que no tienen, hasta lo poco que tienen, se les quitará". Resulta que esa frase vale para este estudio de apropiación digital. Los estratos 5 y 6 en Colombia tienen mejores condiciones de conectividad y la aprovechan mejor, y los sectores populares, que carecen de acceso y conectividad, están quedándose cada vez más atrás. Conclusión, es dramático el crecimiento tecnológico del país en los últimos 20, 24 años cuando desde el año 2000 entramos en la agenda de conectividad, desde el gobierno de Pastrana, y no ha parado de crecer en el país un tendido de redes y se ha dado un salto digital que lo único que ha logrado es acentuar las diferencias digitales entre ricos y pobres.

LUIS FERNANDO: antes de este panel estuve mirando qué sectores son los más impactados por la Inteligencia Artificial. Hay una lista larga, el financiero es uno de los primeros, pero entre ellos, aparecen sectores como salud, transporte, inmobiliario, y como una paradoja, donde tenemos menos acceso a la educación, el acceso a la salud, a la vivienda. También aparece la energía, por supuesto, el sector industrial, donde la Inteligencia Artificial ha impactado. Yo creo que tenemos que buscar, a través de la política pública y también de la

corresponsabilidad, mejorar el acceso de todas las comunidades para mejorar su calidad de vida. Imagínese que todos hoy cocináramos con leña, o que nos moviéramos a pie, o a caballo. En Colombia tenemos una situación de muchas dificultades por las vías. Para llegar con todos estos servicios de salud, educación y todo lo demás que hemos mencionado, pues hay que tener vías, entre otras tantas cosas. Ni siquiera tenemos unas vías decentes y, a veces, a nosotros aquí en Bogotá se nos olvida eso de avanzar para tratar de cambiar eso, para poder llevar todos los servicios, entre los cuales está la salud, fundamental para la vida y es uno de los principios fundamentales de los derechos humanos; o la protección de la vida, no solamente de los seres humanos, sino de todos los seres vivos, de la biodiversidad. Para cerrar, sería importante generar en la gente más compasión, más entendimiento por el otro, más empatía y menos odio.

JOHN GARZÓN: muchas gracias a nuestros tres panelistas. Abriremos un espacio para dos, máximo, tres preguntas del público.

MARTA RUIZ: Es que quedé como muy preocupada. Y me estoy acordando de James Robinson, hace unos años, él hizo un artículo que causó mucha polémica cuando afirmó que en la Habana el primer punto a discutir es la tierra, cuando lo que debían estar discutiendo es la educación, porque toda esa gente del campo, el futuro, si lo quieren incluir, tiene que incluirse vía educación. Entonces quería hacer esta pregunta. Porque estoy segura de que todos los foros y paneles de Inteligencia Artificial se llenan con empresarios, se llenan con gente que está haciendo negocios, con gente que está en el capital, pero los pobres ciudadanos estamos en una agenda un poco del pasado, siento yo, los movimientos ciudadanos no nos hemos percatado de que la batalla hoy está en otros campos, y coincido con la provocación que hace Álvaro: ¿Dónde está la sociedad civil? ¿Por qué no está en el debate? ¿Quién está representando a la sociedad civil en esos proyectos de ley que están en curso? Es decir, todo

esto está pasando como pasaba hace cuarenta años con la tierra, a nuestras espaldas. Me pregunto si no estamos en la agenda equivocada como país, en términos de sociedad civil.

ÁLVARO MONTES: sí. Estamos en la agenda equivocada, claramente. Nosotros estamos haciendo un acompañamiento a la CUT, a la Central Unida de Trabajadores, que se interesó por primera vez en este tema. Y es saludable para el país que la CUT pida pista en esa conversación. Estamos en los talleres para que los dirigentes de la CUT entiendan el tema, entiendan el fenómeno y puedan tomar posición, la idea es construir una ponencia en un gobierno que dice representar al movimiento de los trabajadores. Pues tendría que haber sido desde el principio. El movimiento sindical en el resto del mundo está súper activo en esta conversación, es un fenómeno colombiano esa ausencia de sociedad civil en esto.

En España hay un manual que se llama Manual de Negociación Algorítmica; lo sacaron las comisiones obreras, dicen que es un manual para negociar en los sindicatos la incorporación de tecnologías. Lo interesante del movimiento sindical europeo es que no solamente está discutiendo sobre el impacto de la Inteligencia Artificial en el mercado laboral, que es el problema más grave, por supuesto, también está discutiendo la inserción de la Inteligencia Artificial en lo laboral. O vamos a decirle a la gente: "no, tranquilos que los robots no nos van a hacer daño en el empleo". Porque ya hay un informe del Fondo Monetario Internacional, de febrero 2024, que hizo el primer cálculo sobre el impacto probable de la automatización en la economía colombiana. El estudio es sobre siete países e incluyó a Colombia, y en él, el Fondo Monetario Internacional nos está diciendo que la automatización, la robotización en la economía colombiana, causaría un impacto en el mercado laboral de entre el 22 % y el 40 %; es decir, del 22 % al 40% de los trabajadores colombianos estarían en riesgo por los robots. Eso es muy grave, es muy fuerte. El mismo estudio revela que en Estados Unidos el impacto será del 40 % al 60 %, pero la economía

norteamericana está mejor preparada para absorber ese impacto, se pueden reconvertir, tienen un nivel educativo distinto o hay otras opciones en esa economía. Aquí, el señor que descarga bultos de los barcos en Buenaventura lo hace manualmente. El día que traigan los brazos robóticos que se usan en el puerto de Hamburgo, él no se va a convertir en un hombre de ese mito que nos dice que todos seremos programadores. "No te preocupes, tienes que aprender programación y ahí tienes empleo en el futuro", nos dicen. Es una historia de hadas.

Volviendo al tema de los movimientos sindicales en Europa, están discutiendo no solamente el impacto laboral, sino las condiciones de incorporación de los algoritmos en el entorno de trabajo en la salud ocupacional, en la privacidad y el derecho al descanso de los trabajadores. Es muy avanzada la posición de ellos. En Estados Unidos, los principales gremios sindicales norteamericanos también están sentados en una mesa con el gobierno de Joe Biden, porque son los trabajadores los primeros y los más afectados con la incorporación de la IA. Entonces, sí está faltando en Colombia esa discusión; incluso, en Argentina, en este momento están las centrales sindicales dictando un curso sobre Inteligencia Artificial en la gestión sindical, en cómo usar la ciencia de datos para el trabajo del movimiento sindical. Por fortuna, aquí en Colombia, la CUT, que es tan representativa del movimiento sindical, ya está caminando hacia allá.
Eso interesante.

MARÍA PAULA: a FECODE hay que llamarlo también, a los profesores y al sistema educativo. Hay mecanismos como la consulta previa y demás que son vinculantes de las realidades de la diversidad. Entonces esa invitación tiene que hacerse también para este tipo de proyectos, sobre todo si van a impactar al sector de los oficios, del patrimonio. Y es pensar qué están haciendo, qué está pasando, porque incluso ese mapa de la conectividad es raro, porque no quiere decir que en los lugares sin conectividad no haya proyectos de creación de contenidos digitales; en el Vichada hay unas cosas que uno no puede

creerlo, las comunidades han desarrollado usos alternativos distintos, que no son los de Bogotá, y hay que mapearlos, traerlos y vincularlos a la conversación para entender entonces cómo en un proyecto se puede tener en cuenta desde la sociedad civil organizada. Hay que ponernos a dialogar y ver la autodeterminación, nos hemos inventado ya espacios para hacer eso con otras políticas. ¿Por qué con las de cultura y tecnología ese diálogo a veces cuesta tanto? Se tiene de manera fragmentada o separada.
Yo creo que hay que utilizar a FECODE para vincular a todas esas poblaciones. Y a lo que ya se viene haciendo, que tiene que ver con proyectos de biodiversidad, de conocimiento ancestral, de arte, de la escritura, derechos de autor, incluso de archivo, todo eso hay que hablarlo con los libreros, con los editores, con los periodistas. Por supuesto que tenemos ahí un rol importantísimo de doble vía. Creo en la manera en que contamos esto, pero también en la manera en que creamos contenido. Lo que hace falta es tener mayores espacios para abordarlo desde ahí.

ANDRÉS PORTILLA: ¿Debemos prepararnos como actores de la política pública en consolidar acciones o estrategias que empiecen a llevar a los territorios y a los espacios públicos, o a la infraestructura de la ciudad, tanto deportiva, cultural, cinematográfica, cualquier infraestructura de participación que exista? ¿Esos escenarios de la realidad de la Inteligencia Artificial, o sea, como hoy existen clases de yoga, escuelas de deporte, varias estrategias de vinculación a la ciudadanía, diferentes iniciativas. Deberíamos estar desde la política pública implementando estrategias alrededor de la Inteligencia Artificial?

LUIS FERNANDO: mi perspectiva es que la Inteligencia Artificial es una herramienta que nos puede ayudar a todo esto. Y, sobre la pregunta anterior, sí, porque estamos como en un afán desesperado, no hemos resuelto todos los otros problemas que ya se mencionaron y ya queremos la Inteligencia Artificial. Podemos usar la Inteligencia Artificial, por supuesto, hay que generar algunas regulaciones para proteger, como se ha hablado,

para educar a la gente sobre el uso y los riesgos de estas tecnologías, pero tenemos que resolver los otros problemas. Se ha hablado incluso de aprovechar los conocimientos que se mencionaban de cómo no ha llegado el Estado, y volviendo a James Robinson con su literatura, él dice que son problemas también de las políticas de los gobiernos. Hay que ver cómo se generan políticas para todo eso que usted mencionaba, aprovechando la Inteligencia Artificial. Pero hay que irnos a la base de resolver los problemas que no hemos resuelto: salud, educación, vías, hay que resolverlos antes.

Por ejemplo, pensemos en Elon Musk y en su apuesta por llegar a Marte con su SpaceX: quienes irán serán otros, al menos yo no, y aquí quedarán en la tierra en nuestros pueblos relegados, porque no van tendremos acceso a esa tecnología. Estamos hablando de una tecnología aplicada a solo unos pocos, en lugar de aplicarse para resolver los problemas generales de la población, por ejemplo, de Colombia. Ahí, en referencia al análisis que James Robinson hace de nuestras democracias, diremos que algunas son muy recientes, y realmente nuestra cultura actual ha sido basada en el extractivismo. Hay diferentes sistemas políticos a lo largo y ancho de todo el mundo, pero por ahora parecería que la democracia es el mejor, digamos que China ha avanzado un poco más en la solución de la desigualdad, pero realmente todos conocemos las limitaciones del sistema chino. Entonces, en últimas, de lo que se trata es de resolver los otros problemas, generar políticas públicas que involucren a la Inteligencia Artificial para ayudar a acelerar esos procesos. Así como hablaba del transporte o de la electricidad, veo la Inteligencia Artificial como una herramienta que nos puede ayudar a resolverlo. Por supuesto, como cualquier tecnología, el riesgo está también en quienes la usan, ahí están la pólvora, o las armas bioquímicas. Realmente, la tecnología por sí sola no es el riesgo, sino los humanos, el uso casual de la tecnología.

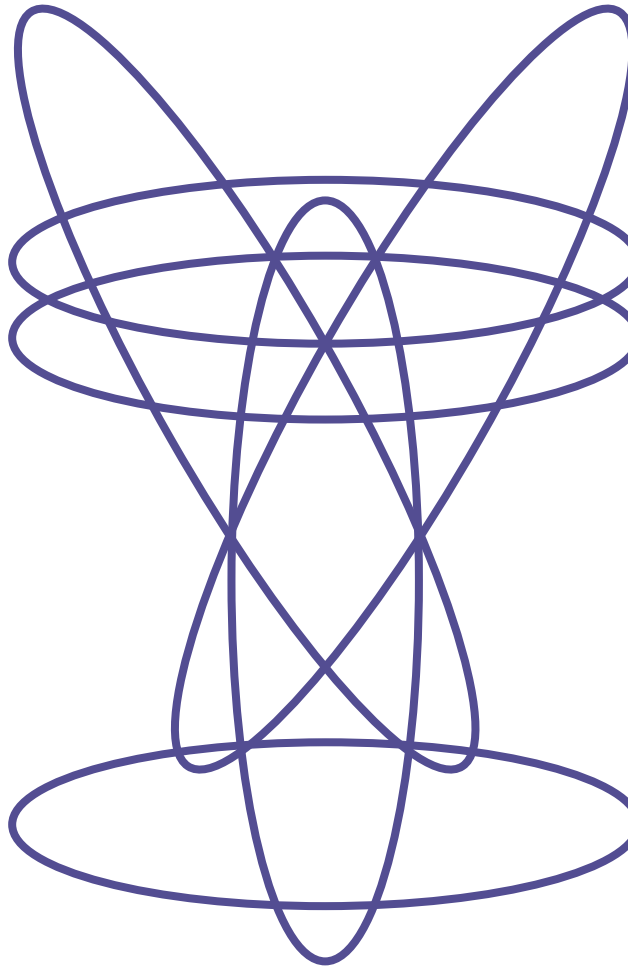
Para dar algo de tranquilidad, dado que se ha generado tanto revuelo con ChatGpt, es sólo un área particular de la IA. Corresponde a lo que se conoce

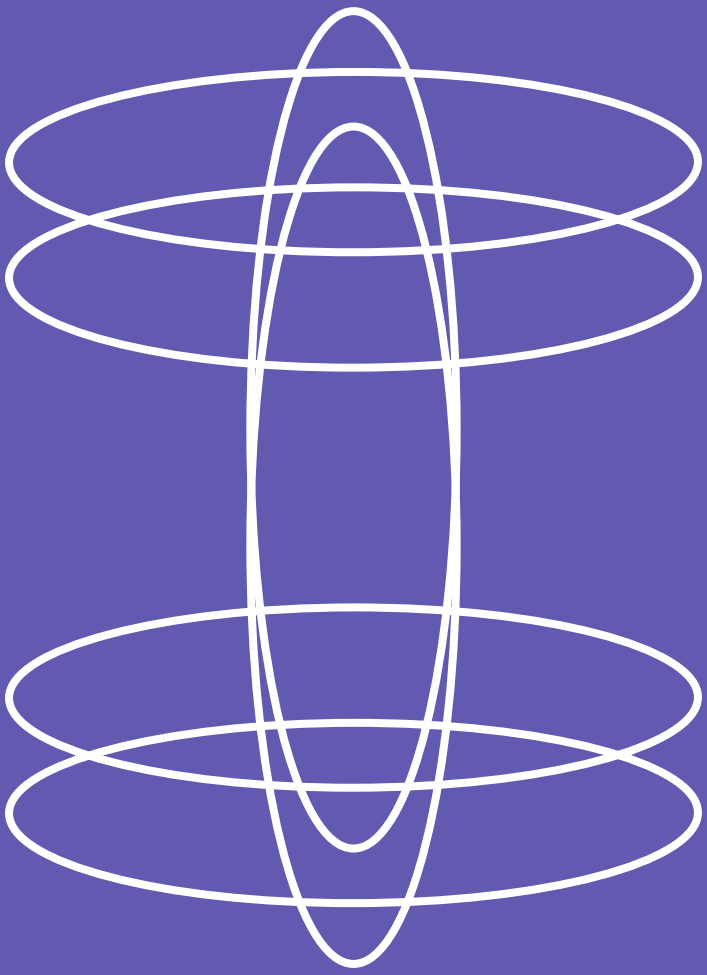
como Inteligencia Artificial estrecha, *narrow*, en inglés, limitada, pues hace solo una tarea. Yo no le puedo decir a ChatGpt: "por favor, vaya y tiéndame la cama o hágame el café" ¿no es cierto? Cosas de ese estilo por mencionar solo algunas tareas cotidianas. Todavía falta tiempo para que una Inteligencia Artificial pueda hacer tareas como las que nosotros hacemos como humanos. Es posible que el desarrollo de los vehículos autónomos no tripulados esté adelantado. Son máquinas que ven, oyen y tienen ciertas capacidades que se integran, pero todavía son tareas muy limitadas y debería apaciguarse ese pánico causado por la idea de que la Inteligencia Artificial se tomó el mundo y la rutina del trabajo doméstico.

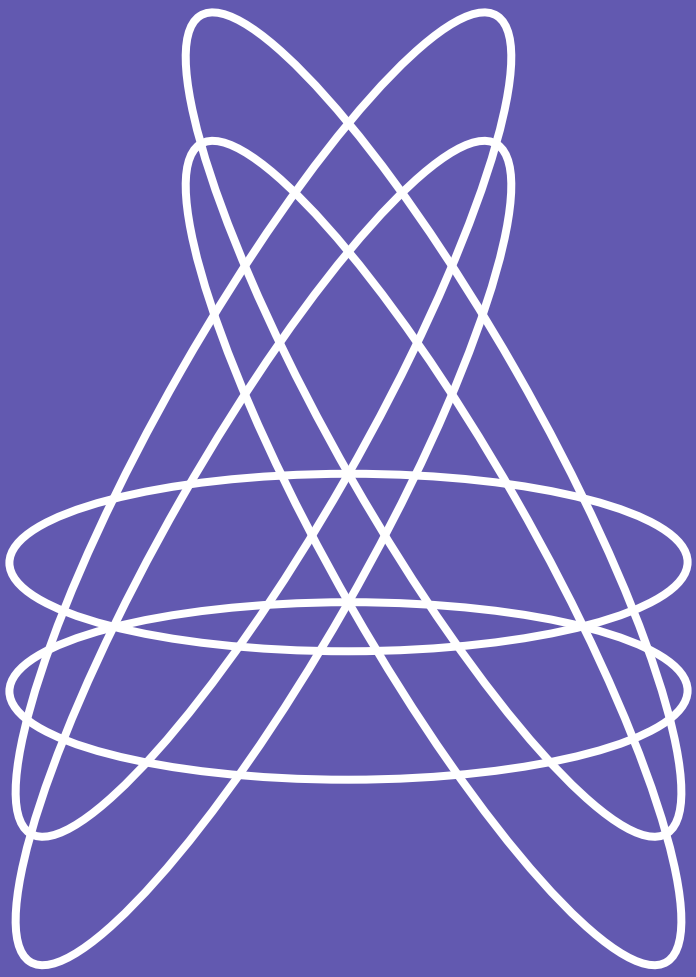
MARÍA PAULA: yo sí creo que hay que incentivar más el uso de la Inteligencia Artificial. Pienso en el portafolio de estímulos, y en la salida rápida de: "prohibido el uso de la Inteligencia Artificial para pasar la propuesta, para escribir cualquiera de los productos solicitados. El tribunal mete la cláusula en el portafolio y se sacó el problema de encima. O, pone a unas personas a que revisen todas las aplicaciones del portafolio del Ministerio para que busquen rastros de Inteligencia Artificial y así descalificar a quienes la usaron. Más bien deberían fomentarse unas becas para que la utilicen, para que generen imágenes, para que concursen con obras artísticas creadas con unas características para unas poblaciones específicas, diferenciales y de acuerdo a las realidades locales. Estimular el uso de ChatGpt o idear unos cuentos asistidos, un concurso con recursos concursables para que la utilicen, para generar contenidos que deliberadamente estén hechos con ayuda de algunas plataformas. Y se pone allí cuales serán de uso gratuito, que no generen un problema en la comunidad o aumenten la brecha. Para que no solo las usen quienes las puedan pagar, porque hay algunas que tienen unos usos gratuitos. Yo creo que es posible diseñarlas, y plantear los retos para no generar mayores desigualdades. Deberían incentivarse los recursos en el portafolio de la ciudad para que los profes lo puedan hacer en las escuelas, para que haya colectivos de música que usen

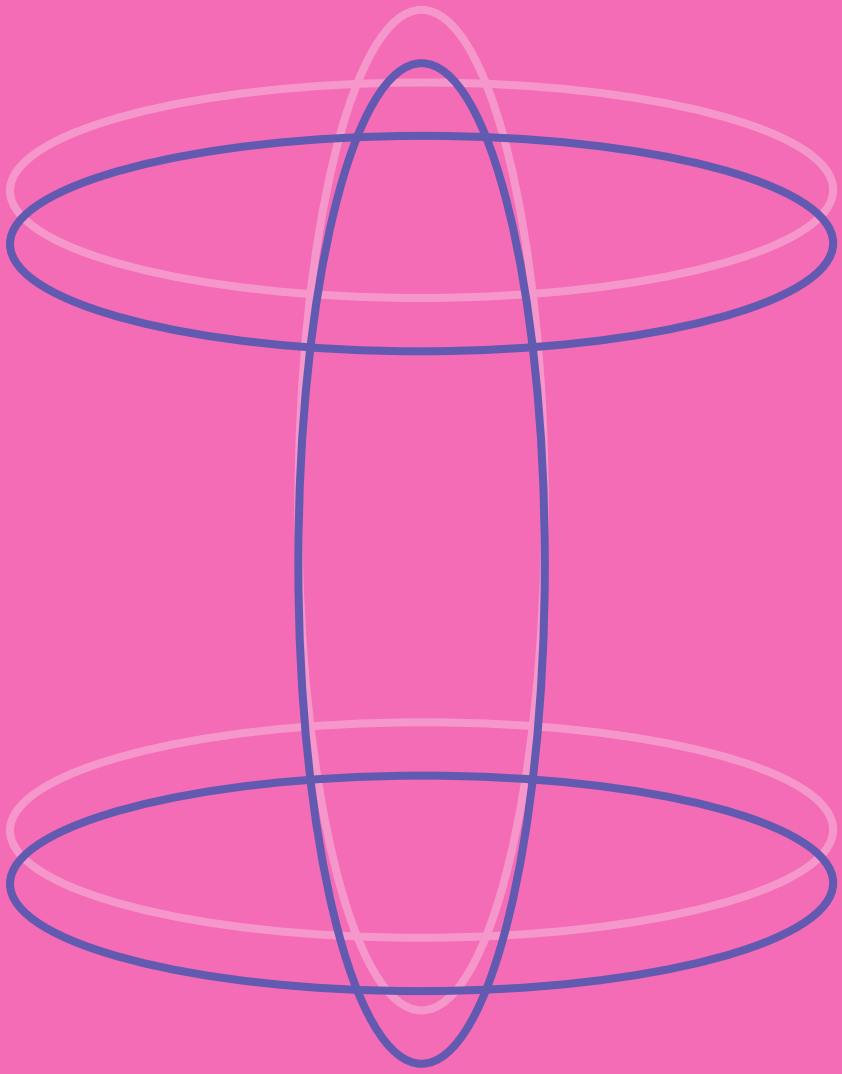
la herramienta y hagan sus ensambles con ella. Pero si el Estado no promueve eso, yo creo que a las comunidades les queda más difícil y se van a demorar más tiempo. Si hay unos recursos destinados para eso, yo creo que de esa manera se activan focos más regionales, más comunitarios. Si se vincula el uso de la IA a una política como esa, como la de los estímulos.

ÁLVARO MONTES: recojo un llamado que hace Fernando. Tampoco la idea nuestra es mandarlos a tomar valeriana, asustados. La IA es una oportunidad para cualquier país, lo que pasa es que aprovecharla es muy costoso. La posibilidad de que Colombia la aproveche para dar un salto histórico, en lo económico, vale un platal. En 1960, Corea del Sur y Colombia tenían el PIB per cápita promedio igualito y hoy los coreanos están en treinta y seis mil dólares y nosotros seguimos en los mismos cinco mil y pico. Ellos lo lograron rápidamente, pero a un costo enorme, con inversiones y además con un costo político enorme. Los países latinoamericanos en este periodo de bolivarianismo no van a dar ese debate. Hay que aprovechar el interés de utilizar en nuestros países esta oportunidad para estimular la innovación, sin sacrificar los derechos de la gente, que esa debe ser la preocupación fundamental.









Culturas