

Los troles al poder

ROSA MIRIAM ELIZALDE :: 08/02/2024

Las campañas electorales no se sustentan en la información, sino en la distorsión de las percepciones

Quién necesita conferencias de prensa con intercambios civilizados, debates con políticos detrás de podios o discursos en una plaza cuando se tiene acceso instantáneo a plataformas digitales sin filtros y a la inteligencia artificial (IA)?

En México, audios generados con IA, que simulan voces de candidatos y líderes, se han colado ya en la política. Hace apenas una semana, electores demócratas escucharon en sus teléfonos móviles a Joseph Biden recomendarles no ir a votar en las primarias de New Hampshire. Luego se supo que la llamada automática era una imitación del también candidato a las elecciones de noviembre en EEUU.

El plagio de las voces es casi un juego infantil si se compara con las habilidades del Dilley Meme Team, un grupo contratado por Donald Trump para la campaña presidencial. Los videos falsos hiperrealistas que ellos producen arrasan con lo poco que quedaba de corrección política en la carrera hacia la Casa Blanca. Por ejemplo, en uno aparece una mujer semidesnuda con el rostro de la ex embajadora de las Naciones Unidas, Nikki Haley, que pate a un hombre con la cara del gobernador de Florida, Ron DeSantis. En otro se muestra a Casey DeSantis, la esposa del gobernador, como una estrella porno.

Sin embargo, la guerra de contenidos zombis no empezó aquí. Hace seis meses el super-PAC Never Back Down, alineado con DeSantis, utilizó una versión generada por inteligencia artificial de la voz Trump en un anuncio de televisión. En otra publicidad, una falsa Hillary Clinton aseguraba que le gusta el gobernador de la Florida, porque él es justo el tipo de persona que este país necesita, y lo digo en serio.

La reacción del equipo de Trump no se hizo esperar. Antes del tercer debate presidencial republicano, publicaron un videoclip que imitaba las voces de sus compañeros de candidatura donde se presentan con los apodosos inventados por el ex presidente. Las esposas de sus adversarios aparecen con las rodillas enrojecidas, como si acabaran de practicar una felación.

Las nuevas aplicaciones hacen que cada vez sean más fáciles de producir y más difícil de identificar su falsedad, mientras la regulación y control va por detrás del desarrollo de estas tecnologías.

Hay fórmulas para fiscalizar lo que publican las páginas oficiales de los candidatos, pero nadie controla lo que hacen sus seguidores, como ha ocurrido en Argentina con el ejército de troles de Javier Milei. El número de estos contenidos en Internet se dobla cada seis meses y acapara más de 134 millones de visualizaciones. Más de 90 por ciento de los casos es pornografía sin consentimiento.

La tecnología de IA generativa ha progresado hasta el punto de que se pueden producir representaciones de casi cualquier persona (que diga o haga casi cualquier cosa) con relativa facilidad si un modelo recibe fotos, secuencias de video y grabaciones de audio. Es un gran salto desde donde estaba la tecnología hace apenas un par de años, cuando el papel de la IA en la política era en gran medida un recurso humorístico.

Por tanto, las próximas elecciones estadounidenses pueden ser decididas por el partido que haga el mejor uso de estas tecnologías. Los expertos en desinformación han advertido que en la campaña de este año se compartirán niveles sin precedente de contenidos manipulados en plataformas de redes sociales como TikTok, Facebook y Twitter (ahora X).

Ethan Bueno de Mesquita, decano interino de la Escuela de Políticas Públicas Harris de la Universidad de Chicago, aseguró a *The Hill* que 2024 será una elección de IA, de la misma manera que 2016 o 2020 fueron elecciones de redes sociales.

Pero no es el avance de la IA lo que ha modificado la política. Donald Trump y sus imitadores han descubierto que las campañas electorales y el gobierno de los troles no se sustentan en la información, sino en la distorsión de las percepciones que les asegure estar siempre al frente y en el centro de la noticia.

Cada vez que Donald Trump, Jair Bolsonaro y ahora Javier Milei rompen un tabú o dicen una mentira, siempre hay un desfile de presentadores bien vestidos y periodistas con educación universitaria que se desviven para condenar la falta. No comprenden que el trol no trafica con las monedas a las que estaban acostumbrados los políticos y los medios: dinero e influencia. Negocian con una nueva: atención.

Quizás nadie en la historia haya demostrado mejor que el magnate republicano la máxima de que no existe la mala publicidad. El ciclo de la indignación y la política del dedo del medio, como la ha llamado Rich Lowry, del *National Review*, convirtieron a Trump en presidente, luego lo mantuvieron allí y está a un paso de traerlo de nuevo a la Casa Blanca.

Cubadebate

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/los-troles-al-poder