

INTELIGENCIA ARTIFICIAL YA SE UTILIZA EN CAMPAÑAS ELECTORALES

***Presentan Conferencia “Uso de la Inteligencia Artificial en la Comunicación Político-Electoral”**

En la era digital en que vivimos, el uso de la Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en un elemento que permea diversos aspectos de nuestra sociedad. Su empleo no debería restringirse, sino más bien encaminarse a un uso correcto y útil para evitar malas prácticas como la manipulación en un contexto político-electoral.

Esta fue la conclusión a la que se llegó en la Conferencia “Uso de la Inteligencia Artificial en la Comunicación Político-Electoral”, impartida por Eduardo Zubillaga Ortiz, Secretario de Estudio y Cuenta, y Coordinador de Ponencia de la Sala Regional Toluca del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en las instalaciones del Instituto Electoral del Estado (IEE).

Zubillaga Ortiz mencionó que la IA es un concepto que inició en la década de los noventa y que a partir del uso de internet dicha tecnología se alimenta diariamente de datos y algoritmos. En los últimos años, su utilización se ha expandido al ámbito educativo, empresarial y político, siendo este último de gran preocupación por la posible influencia que pudiera tener en la toma de decisiones durante un proceso electoral como el que México atraviesa actualmente.

El conferencista destacó que, aunque la Inteligencia Artificial ya se utiliza en campañas electorales alrededor del mundo, muchos países, como México, no cuentan con una legislación para regular su uso.

En su intervención Blanca Yassahara Cruz García, Consejera Presidenta del IEE, mencionó la relevancia y el gran reto que es encaminar a la IA hacia la comunicación política; asimismo, agradeció el espacio de reflexión y la perspectiva que el ponente brindó a los espectadores.

La Consejera Electoral Susana Rivas Vera, mencionó que la IA puede marcar un nuevo rumbo en las próximas elecciones, esto con base en datos de un informe publicado por HelloSafe, famosa plataforma de comparación de productos financieros, mismo que revela que entre 2017 y 2022, el 40% de las empresas mexicanas han adoptado dicha tecnología, llamando la atención que 6 de cada 10 empresas que la incorporaron, lo hicieron para áreas de marketing y desarrollo de servicios automatizados, tratándose de funciones directas con el cliente y tomando en cuenta dichos datos se podría esperar que el uso de la IA pueda perfeccionar las estrategias digitales que permitan conocer las propuestas de los partidos políticos y candidatos, a fin de persuadir al elector.

Finalmente, la Consejera Electoral Evangelina Mendoza Corona, recomendó hacer conciencia del material que se comparte en redes sociales a nivel personal y laboral.

La conferencia se encuentra disponible en las redes sociales oficiales del instituto para su consulta.