

Tribuna abierta

La inteligencia artificial en la guerra futura

Alberto Piris*,
publicado en La República,
23 de enero 2020

La proximidad del nuevo enfrentamiento electoral para la presidencia de EE.UU. ha llevado a bastantes analistas de ese país a estudiar las circunstancias que facilitaron el triunfo de Trump en 2016 y extrapolar lo que pueda ocurrir en 2020.



Donald J. Trump 
@realDonaldTrump

Following 

Despite the most hostile and corrupt media in the history of American politics, the Trump Administration has accomplished more in its first two years than any other Administration. Judges, biggest Tax & Regulation Cuts, V.A. Choice, Best Economy, Lowest Unemployment & much more!

5:02 AM - 10 Mar 2019

Si por un lado, para muchos de ellos la influencia de la prensa habitual fue parecida a la de “un predicador durante el rezo diario en una iglesia vacía” (en palabras de Emily Bell, directora de la Escuela de periodismo digital de la Universidad de Columbia), el peso que basculó la balanza del apoyo popular en favor del multimillonario neoyorquino estuvo en *Facebook*.

A pesar de las repetidas elecciones a las que los españoles hemos estado sometidos recientemente, no se han visto en España estudios similares sobre el peso de los medios de comunicación en los resultados alcanzados. Y como todo lo que nace al

otro lado del Atlántico acaba enraizado entre nosotros, no parece inútil comentarlo aquí.

Un directivo de *Facebook* declaró hace poco que el triunfo de Trump fue debido a que “desarrolló la mejor campaña publicitaria digital que jamás haya organizado publicista alguno”. Dijo que su empresa no apoyará a ningún candidato y solo intervendrá en la campaña como “un vehículo de publicidad específicamente orientada, cuando se le pague para que lo haga”.

Comentó que *Facebook* no comprobará la veracidad de los hechos publicados ni rechazará afirmaciones falsas, para desolación de los que velan por la transparencia electoral. Atribuyó esto a dos razones: 1) carece de medios y personal para hacerlo, y 2) algunos de sus principales clientes (Gobiernos y partidos políticos) no lo desean.

Durante la campaña de 2016, mientras Clinton propagó unos 66.000 anuncios electorales, el equipo de Trump publicó casi seis (5,9) millones; todos eran distintas variantes que se creaban para objetivos específicos y cuyos efectos se comprobaban. Persuadir a las personas, tanto para que voten como para que compren un producto, solo se logra mediante mensajes bien puestos a prueba. Nada implica que deban ser ciertos y verdaderos, sino que encuentren una vasta aceptación.

Se ha estudiado bien cómo la información y la desinformación jugaron un importante papel en la citada campaña. En los cuatro años transcurridos desde entonces, según Bell, se ha aprendido “que los políticos puede ser elegidos sin aparecer en los medios de comunicación. Presidentes y primeros ministros pueden alcanzar el éxito mintiendo y rehuendo el escrutinio público”. Esto parece ya un fenómeno de alcance universal.

Así pues, muchos políticos advierten que no ganan nada con someterse a ruedas de prensa o entrevistas, aunque sean realizadas con buena fe y sin mala intención. Les resulta más eficaz manifestarse en las redes sociales donde, como en *Facebook*, saben que no van a ser desmentidos ni puestos en evidencia.

Trump es el verdadero experto en esta cuestión, que viene gobernando EE.UU. a través de sus tuitos, con los que se comunica con la población y, a veces, hasta con miembros de su propio Gobierno. Además, considera a los principales medios de comunicación “enemigos del pueblo” cuando no le apoyan directamente y los ataca sin compasión.

Teniendo en cuenta que todo proceso democrático comienza con una pugna electoral, el resultado es que si el que desarrolla la mejor campaña digital fraudulenta es el que gana las elecciones, la responsabilidad de tan grave deterioro de la democracia no es

solo de quien planifica la campaña mentirosa sino también del vehículo (*Facebook, Twitter, Google, etc.*) que la hace llegar a los ciudadanos.

Tanto éstos como sus gobernantes habrán de tomar cuenta del peligro que a todos nos acecha y adoptar las medidas necesarias para proteger la democracia, tan vulnerable siempre ante los que la utilizan para destruirla.

(Traducción del tuit reproducido en la figura: “A pesar de los más hostiles y corruptos medios [de comunicación] de la historia política de EE.UU., el Gobierno Trump ha logrado en sus dos primeros años más que cualquier otro. Judicatura, grandes rebajas en impuestos y controles, seguridad social para los veteranos, una economía mejor, mínimo desempleo... ¡y mucho más!”)

* Alberto Piris es General de Artillería en la Reserva

