LO SIENTO, LA IA NO GANA ELECCIONES

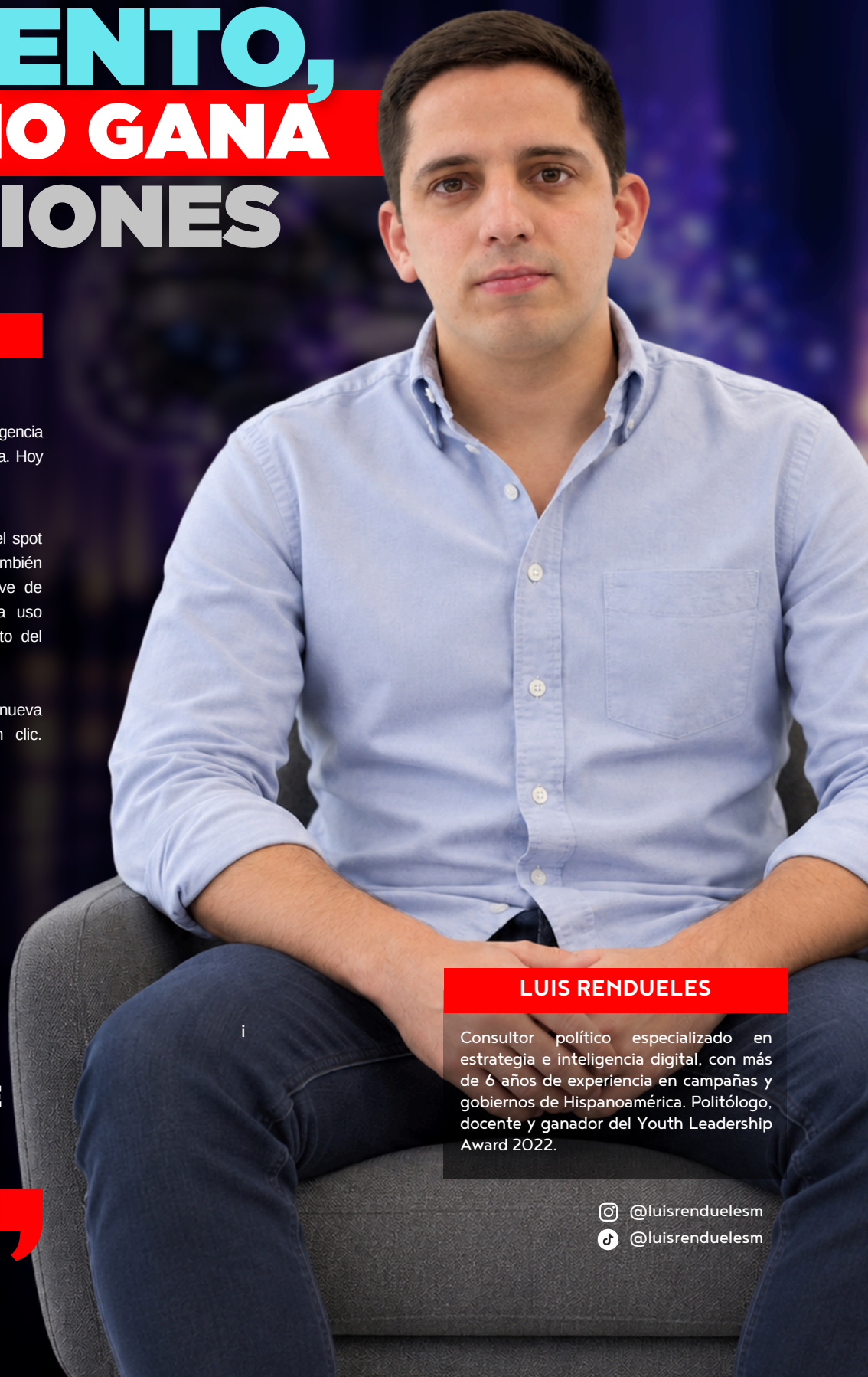
POR: LUIS RENDUELES

Lo confieso: estoy harto de la inteligencia artificial. No de usarla, de escucharla. Hoy todo en campaña es "con IA".

La estrategia con IA; el discurso con IA; el spot con IA. Sólo falta que el candidato también venga con IA, y lo dice alguien que vive de analizar datos y conversación digital: la uso todos los días. Justo por eso estoy harto del ruido.

Cada semana aparece una herramienta nueva que promete ganar elecciones con un clic. **Spoiler: no existe.**

> **LA IA NO GANA ELECCIONES. LAS GANA LA ESTRATEGIA, EL CRITERIO Y UN EQUIPO QUE SABE QUÉ HACER CON ELLA.**



LUIS RENDUELES

Consultor político especializado en estrategia e inteligencia digital, con más de 6 años de experiencia en campañas y gobiernos de Hispanoamérica. Politólogo, docente y ganador del Youth Leadership Award 2022.

@luisrenduelesm
@luisrenduelesm

La IA no gana elecciones. Las gana la estrategia, el criterio y un equipo que sabe qué hacer con ella.

Ojo: estar harto no es negarla. La IA ya está en las campañas de América Latina, y no siempre para bien. En la elección presidencial de Costa Rica, de este año, circuló un video falso de Nicolás Maduro pidiendo el voto por un candidato: Sumó casi 300 mil visualizaciones en Facebook, y casi ocho de cada diez casos, de desinformación documentados, en esa campaña circularon sin corrección ni respuesta visible.

Mientras tanto, las reglas van atrás. **Brasil ya exige etiquetar lo hecho con IA en la propaganda. México, a unos meses de que arranquen las precampañas de 2027, sigue sin reglas claras para la mayoría de la propaganda hecha con IA.**

Por eso, el primer error es creer que la IA sustituye la estrategia. El segundo, pensar que basta con satanizarla. El tercero, esperar a que la autoridad nos diga qué hacer.

Prepararse para la IA es tener cuatro cosas: menos ruido, reglas propias, escucha y equipo.

> **UNA HERRAMIENTA SIN ESTRATEGIA SÓLO PRODUCE MÁS CONTENIDO.**

1. Bajarle al ruido:

Antes de abrir cualquier herramienta, hay que hacerse tres preguntas: ¿Para qué la queremos? ¿Qué problema resuelve? ¿Quién decide qué sale y qué no?

Una herramienta sin estrategia sólo produce más contenido. Y contenido es justo lo que sobra. Usar IA porque está de moda es como llegar en helicóptero al Oxxo de la esquina: llama la atención, pero no resuelve nada.

2. Poner reglas propias:

Si la ley va atrás, que la campaña vaya adelante. **Etiquetar lo que se hace con IA, documentar quién aprobó cada pieza y no clonar voces ni rostros de personas reales.** En México, salvo casos muy específicos, nadie lo exige todavía: Precisamente por eso suma. Las campañas que se pongan límites hoy, tendrán algo que defender cuando estalle la primera polémica.

> **LA CONFIANZA TAMBIÉN SE DISEÑA.**

3. Escuchar antes de que estalle:

El próximo video falso no va a avisar. Por eso, **la escucha social tiene que empezar hoy, no el día del primer deepfake.** Detectar un rumor antes de que escale, tener lista la respuesta, el vocero y los tiempos.

Y aquí la IA sí ayuda: bien usada, permite leer miles de conversaciones y encontrar la señal en medio del ruido. Esa es la parte que sí me gusta porque la mentira no espera ni perdona.

> **LA IA REDACTA, RESUME Y ORDENA, PERO NO TIENE OLFATO POLÍTICO, NO CAMINA EL TERRITORIO Y NO SE SIENTA A NEGOCIAR CON NADIE.**

4. Apostar por las personas:

La IA redacta, resume y ordena, pero no tiene olfato político, no camina el territorio y no se sienta a negociar con nadie. Ningún algoritmo va a convencer a un líder local de sumarse a tu proyecto. Un equipo con criterio, experiencia y ejecución vale más que cualquier suscripción pro de Claude. **Todos importan: estrategas, analistas, operadores territoriales y especialistas en reputación. La máquina ayuda, las personas deciden.**

Y entonces, ¿cómo se gana en la era de la IA? Se gana usándola sin presumirla con una estrategia real, datos que se convierten en decisiones y un equipo que sabe cuándo apagar la máquina.

Se gana dejando de vender la herramienta y volviendo a construir confianza. Porque el votante no premia al que tiene la IA más nueva. La diferencia no la hará la herramienta, la hará quien tuvo el criterio para usarla. Por favor: menos IA y más criterio.





@luisrenduelesm

@luisrenduelesm