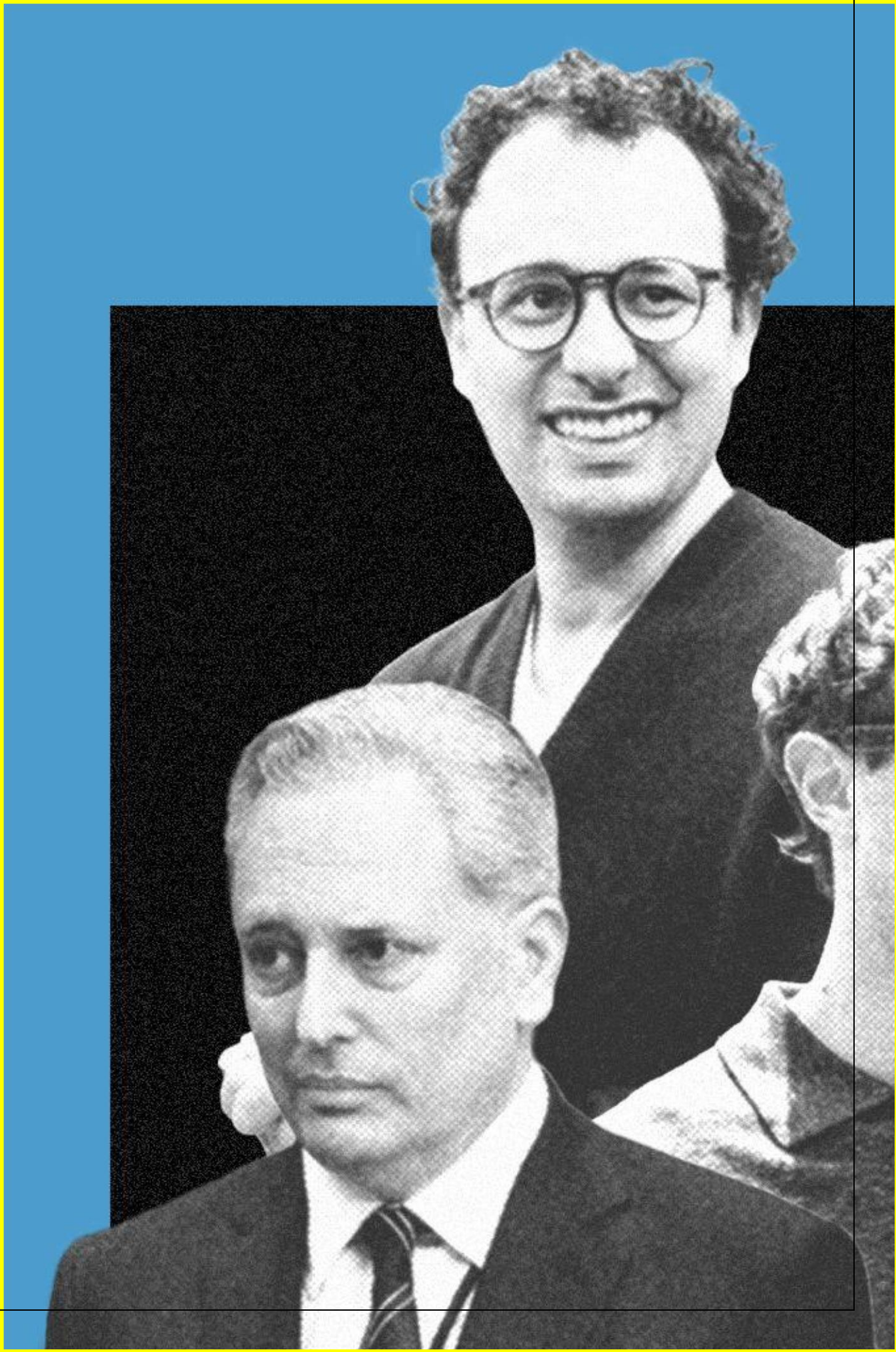


STARTUP Y CULTURA TECNOLÓGICA
21 DE AGOSTO DE 2026

Los millonarios de Silicon Valley no entienden por qué la gente odia la IA

Los líderes tecnológicos no parecen comprender las quejas de la sociedad sobre la IA, pero siguen lanzando productos a pesar de ellas.



Silicon Valley está intentando entender la creciente reacción en contra de la IA, pero no le está yendo muy bien. La verdad incómoda es que una parte significativa del mundo no se muestra optimista respecto a la tecnología que están desarrollando. Sin embargo, los recientes intentos de diagnosticar la raíz del problema por parte de CEO como Mark Zuckerberg, de Meta, y Dario Amodei, de Anthropic, indican que no comprenden qué es lo que realmente está motivando el rechazo de la sociedad hacia la IA.

Por su parte, el resto de la gente está encontrando formas de sacar partido del odio hacia la IA. Basta con ver este nuevo anuncio de Liquid Death y Garage Beer. Las dos marcas de bebidas se han asociado con Jason Kelce, exjugador de fútbol americano de los Philadelphia Eagles y cuñado de Taylor Swift, quien invitó a la gente a orinar en botellas y enviarlas a los centros de datos de IA. En una entrevista con Marketing Dive, el CEO de Liquid Death afirmó que la reacción contra los centros de datos era "lo único que une a todos los estadounidenses en este momento".

Nada une más a un país que el odio...

Más de la mitad de los estadounidenses menores de 30 años afirman estar más preocupados que entusiasmados con la IA, una cifra que ha crecido un 24% en los últimos cinco años, según una encuesta del Pew Research Center publicada a principios de esta semana. Más del 70% de los encuestados de todos los grupos de edad creen que la IA provocará una reducción de puestos de trabajo.

Sin embargo, otros datos recientes de encuestas muestran que la gente tiene inquietudes más amplias sobre la

tecnología que van mucho más allá del empleo y del auge de los centros de datos. Los estadounidenses también piensan que la IA perjudicará la capacidad de los jóvenes para entablar relaciones significativas, que se debería exigir a las empresas tecnológicas que compensen a los creadores cuyas obras se hayan utilizado para entrenar modelos, y que la IA podría perjudicar las habilidades de pensamiento crítico de los estudiantes.

El sector tecnológico suele achacar la reacción negativa hacia la IA a un problema de comunicación y de imagen de marca, pero el problema es mucho más profundo que eso. Según una encuesta reciente del Searchlight Institute, escuchar diferentes mensajes sobre la IA apenas influyó en la opinión de la gente respecto al impacto social de esta tecnología.

Mientras Silicon Valley empieza a lidiar con el sentimiento negativo del público respecto a la IA, los inversionistas y ejecutivos están cada vez más preocupados porque el sector no acaba de comprender la magnitud del problema que esto podría suponer para la adopción de productos de IA.

A principios de este mes, Zuckerberg publicó un ensayo de 6,500 palabras en el que describía su visión optimista de un futuro con IA. El CEO de Meta describió un mundo en el que todo el mundo tiene un asistente de IA personalizado que te conoce a la perfección y que puede ayudarte con tu carrera profesional, tus aficiones y, tal vez, incluso con la crianza de tus hijos. Por supuesto, un producto así aún no existe, pero Zuckerberg sostiene básicamente que dar a todo el mundo acceso sin restricciones a una IA altamente capaz es el mejor escenario posible para esta tecnología.

Soy optimista y creo que la IA seguirá mejorando y será cada vez más útil, pero soy escéptico respecto a que esto sea suficiente para transformar la opinión que la gente tiene de ella. Para que la gente llegue siquiera a utilizar el producto teórico que imagina Zuckerberg, tendrá que depositar mucha confianza en las empresas que lo desarrollen. Las encuestas actuales sugieren que el sector de la IA aún no se ha ganado esa confianza.

El CEO de Meta también lanzó una indirecta nada sutil a Amodei, afirmando que le sorprendía que "el discurso de muchos de los que desarrollan IA esté tan cargado de pesimismo". En las redes sociales y durante una intervención en el podcast *All-In*, el inversionista tecnológico Gavin Baker reiteró los argumentos de Zuckerberg y fue aún más lejos, al escribir que "el mensaje de Dario ha sido de gran ayuda para los esfuerzos por prohibir los centros de datos en EE UU". El asesor de IA de la Casa Blanca y copresentador de *All-In*, David Sacks, también se sumó a la discusión, escribiendo que "los discursos de Anthropic han contribuido más que nada a alimentar el miedo del público".

Estos comentarios provocaron una inusual respuesta pública por parte de Amodei, quien publicó un extenso mensaje en las redes sociales en el que rechazaba la idea de que sus mensajes fueran los culpables de la reacción negativa hacia la IA.

"Creo que se trata de una crisis de confianza. La gente no confía en las empresas, los gobiernos ni en el sector tecnológico, y siempre sospecha que estamos tramando alguna nueva forma de estafarlos. Las causas de esto se remontan a décadas atrás y la IA no es más que la última manifestación de ello", escribió Amodei.



Las afirmaciones iniciales de Amodei se acercan más a la verdad, pero después deja de convencerme. Continuó escribiendo que "la crítica más acertada a las empresas de IA, incluida Anthropic, es que aún no han cumplido las grandes promesas de beneficiar al mundo". Un ejemplo que cita es la promesa de que la IA encontrará la cura para el cáncer, un objetivo que, según él, la gente debería esperar razonablemente que la tecnología logre.

Si la IA generativa es una herramienta que “responde preguntas”, un agente de

IA es un compañero que “actúa por sí mismo”. A continuación, te explicamos los conceptos básicos que debes conocer acerca de la inteligencia artificial autónoma.

La gente le teme a la IA por una razón

Es posible que Amodei, y Silicon Valley en general, no estén viendo más allá de sus ojos. La reacción negativa hacia la IA

no se debió a las aterradoras advertencias sobre el futuro por parte de los CEO de las empresas tecnológicas, ni al hecho de que OpenAI y Anthropic aún no hayan curado el cáncer.

Se trata de las formas en que la IA ya está empezando a cambiar la sociedad, algo que muchos temen que sea para peor.

Las empresas tecnológicas han dedicado enormes esfuerzos a hacer que los centros de datos físicos resulten más aceptables para el público, con promesas sobre el uso responsable del agua, compromisos con la energía limpia e inversiones en las comunidades locales. Pero, por desgracia para ellas, hay muchas pruebas que sugieren que la construcción de centros de datos se ha convertido simplemente en la manifestación física del rechazo de la gente hacia la IA y hacia la forma en que las empresas tecnológicas se relacionan con las comunidades en general.

A menudo hablo con empleados de base de empresas de IA que comprenden estos problemas y me cuentan la reacción negativa que reciben de sus propias familias y amigos en todo el país. Pero los líderes que están en el centro del auge de la IA siguen sin estar preparados para abordar todas las formas en que la IA está cambiando el mundo. Silicon Valley tendrá que encontrar una forma de afrontar estos problemas de manera más directa en el futuro si quiere que la gente acepte plenamente los productos que está creando.

Artículo originalmente publicado en WIRED.com. Adaptado por Alondra Flores.