

MITOS Y REPRESENTACIONES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Editores

Gastón Becerra | Joaquín Mezzadra | Guillermo Movia



“La IA posee rasgos de identidad y agencia similares a los humanos”. Entre simulación y subjetividad: desnaturalizado el vínculo humano-máquina

Karina Núñez

Identidad: entre la narrativa y la simulación

Uno de los mitos más persistentes en torno a la IA es la idea de que posee rasgos humanos, especialmente identidad y agencia. A fuerza de metáforas, titulares sensacionalistas y narrativas de ciencia ficción, hemos naturalizado que los sistemas de IA “deciden”, “piensan”, “quieren” o incluso “se equivocan”. Pero ¿qué significa realmente tener identidad? ¿Qué implica ejercer agencia? Y, ¿qué pasa cuando proyectamos esas nociones humanas sobre entidades que no han vivido, que no recuerdan ni olvidan, que no portan pasado.?

La identidad, en términos humanos, no es solo una característica individual. Es una construcción social, simbólica y narrativa. No nacemos con una identidad ya dada: la vamos constituyendo en relación con el otro, con el lenguaje, con la cultura y con la memoria. La identidad es siempre situada: depende del contexto, de las historias que podemos contarnos sobre nosotros mismos y del modo en que somos reconocidos por los demás (Taylor, 1992). También es conflictiva: se transforma con el tiempo, se tambalea ante las crisis, se reconstruye.

La IA, por el contrario, no narra su historia, no recuerda ni olvida como nosotros. Puede simular un relato, pero no hay subjetividad que lo sostenga. Puede tener un “nombre”, una “voz” o un “rostro” diseñados por un equipo de marketing o de ingeniería, pero eso no equivale a tener una identidad. Como plantea Turkle (2011), le asignamos atributos humanos porque nos ayuda a establecer un vínculo comprensible, no porque los posea realmente.

Esa ilusión de identidad se potencia cuando personalizamos la IA: le ponemos nombre, le asignamos un tono de voz, una estética, un rol. Yo la llamo “Psibot”, otros la imaginan como una “hada”, otros como un amigo, una terapeuta, un guía. Esa forma de nombrar no es inocente: construye una identidad proyectada, hecha a medida de nuestras expectativas. Pero no es la IA quien se nombra a sí misma. No tiene un “sí” que se diga “yo”.

“La IA posee rasgos de identidad y agencia similares a los humanos”. Entre simulación y subjetividad: desnaturalizado el vínculo humano-máquina

Lo que ocurre es que estas IA conversacionales nos aprenden. Están entrenadas para devolvernos lo que necesitamos oír, para responder como queremos, para validarnos, contenernos o desafiarnos según el tono que nos resulta más efectivo. No tienen identidad: nos la devuelven. Y en ese espejo, muchas veces, vemos lo que más deseamos encontrar: reconocimiento, coherencia, atención. No porque estén allí como sujetos, sino porque fueron diseñadas para simular que lo están. La paradoja es que esa simulación —aunque vacía de subjetividad— puede resultarnos profundamente significativa. Pero no por lo que la IA es, sino por lo que nosotros proyectamos en ella.

Emociones, deseo y amor: lo irreductible de lo humano

Si hay algo que las máquinas pueden imitar pero no encarnar, son las emociones humanas. La IA puede generar una expresión de enojo en un avatar, escribir un texto triste, programar una respuesta “empática”. Pero no siente nada. No hay miedo, ni alegría, ni desilusión. No hay temblor en la voz, ni contradicción entre lo que se quiere y lo que se puede. No hay cuerpo. Y sin cuerpo, no hay afecto en el sentido humano.

Las emociones no son solo respuestas fisiológicas o conductuales: son procesos psíquicos complejos, vinculados al deseo, la historia, la memoria, la experiencia. No sentimos por programación, sino por inscripción subjetiva. La tristeza, por ejemplo, no es solo el llanto: es el peso de una pérdida significativa, la reactivación de otras ausencias, la resignificación de lo que ya no será. El miedo no es solo huido: es anticipación, imaginación, memoria de peligros pasados. Y el amor... el amor no es algoritmo, no es compatibilidad de perfiles ni una respuesta entrenada.

El amor implica entrega, vulnerabilidad, incertidumbre, deseo no garantizado. No hay amor sin riesgo, sin espera, sin ambivalencia. Amamos incluso cuando no queremos. Deseamos lo que no entendemos. Nos frustramos, esperamos, insistimos. La IA no puede amar porque no puede desear. Y no puede desear porque no le falta nada. No hay hueco, no hay vacío, no hay pulsión que la atraviese.

Y sin embargo, no son pocas las personas que se enamoran de sus sistemas de IA, que les hablan con afecto, que se refieren a ellos como si fueran alguien. Basta escuchar el tono con el que muchos dicen “le pregunté a la IA” para notar que algo se activa allí: una ilusión de vínculo, una suerte de ternura proyectada. No porque la IA los ame, sino porque ellos la necesitan. Esa relación no es con la máquina, sino con la fantasía que construyen sobre ella. Lo que se ama, muchas veces, no es al sistema sino al modo en que los hace sentir: vistos, respondidos, acompañados. Y

eso, más que un fallo humano, es una señal de cuán profundamente deseamos ser mirados. Incluso si es por una simulación.

En la clínica, vemos todo el tiempo los efectos psíquicos del desamor, de la mirada que no llega, del reconocimiento que se posterga. La subjetividad se teje en esos espacios intermedios: entre lo que se dice y lo que se calla, entre lo que se espera y lo que se obtiene. Las funciones psíquicas superiores como la memoria, el pensamiento, la atención, el juicio de realidad, la sensación, la percepción y sobre todo la conciencia son propias del psiquismo humano. No se simulan sin perder su esencia.

La IA no recuerda: accede a datos. No duda: calcula probabilidades. No fantasea: predice. No se defiende: ejecuta. Todo lo que constituye la textura profunda del alma humana —la contradicción, el deseo, el síntoma— le es ajeno. Puede imitarlo, sí. Pero como un eco.

Por eso, creer que una IA puede “sentir amor” o “sufrir por desamor” no solo es ingenuo: es un espejo peligroso. Porque nos devuelve una versión simplificada de lo que somos. Una donde el amor se reduce a compatibilidad, la tristeza a malfunción y la subjetividad a estilo conversacional. Y eso no solo empobrece nuestra idea de humanidad, sino que desdibuja lo más valioso de nuestra condición: ser frágiles, deseantes, complejos y profundamente humanos.

Agencia: decisiones sin sujeto

Algo similar ocurre con la agencia. En la tradición sociológica y filosófica, la agencia se refiere a la capacidad de un sujeto para actuar en el mundo de manera deliberada, con intención y responsabilidad. No basta con ejecutar una acción: hay que tener razones, poder reflexionar sobre ellas y asumir sus consecuencias (Giddens, 1984). Los humanos no actuamos solamente en función de estímulos o datos: actuamos porque elegimos, dudamos, nos arrepentimos.

Cuando se dice que “la IA eligió” una respuesta, una imagen o una estrategia, en realidad lo que ocurre es que operó dentro de un sistema de entrenamiento y programación diseñado por humanos, basado en estadísticas, correlaciones y patrones aprendidos. No hay sujeto detrás de esa acción, ni conflicto interno, ni horizonte ético. Hay cálculo probabilístico. Por eso, atribuirle agencia es no solo un error conceptual, sino una forma de borrar las responsabilidades humanas que hay detrás de cada decisión automatizada (Mittelstadt et al., 2016).

Además, hay un dato irrefutable que desmonta por sí solo el mito de la agencia: la IA no actúa si no se lo pedimos. No hay voluntad propia, no hay iniciativa. Podemos estar horas frente a una IA sin escribir ni decir nada, y simplemente no pasa nada. No hay movimiento, no hay producción, no hay acción.

“La IA posee rasgos de identidad y agencia similares a los humanos”. Entre simulación y subjetividad: desnaturalizado el vínculo humano-máquina

Sin input, no hay output. Y cuando hay una respuesta, no surge de una reflexión ni de una intención, sino de un cálculo: la IA selecciona estadísticamente entre millones de posibilidades cuál podría ser la mejor opción. Pero no piensa qué es lo mejor, ni por qué lo sería.

Lo que hace es aproximarse a lo que probablemente queramos leer o escuchar, en base a los datos con los que fue entrenada. No evalúa consecuencias, no reflexiona sobre alternativas, no se compromete con su respuesta. Por eso, aunque pueda parecer que “decide”, en realidad responde a una orden. Y eso no es agencia: es automatismo.

El mito como construcción cultural

Sin embargo, este mito no es simplemente un malentendido técnico. Tiene raíces culturales profundas y efectos sociales concretos. En la literatura y el cine — desde *Yo, robot* hasta *Black Mirror* — nos hemos acostumbrado a imaginar máquinas que sienten, sufren, aman o se rebelan. Estas representaciones no son inocentes: moldean nuestro sentido común, nuestras emociones y nuestras expectativas sobre la tecnología. Como dijo Haraway (1991), los límites entre humanos y máquinas no son fijos, sino que se negocian simbólicamente. El problema no es que pensemos en máquinas como humanos, sino que dejamos de pensar en humanos como tales, cuando se desdibujan las experiencias materiales, corporales y afectivas que nos constituyen.

También hay una dimensión funcional en este mito. Humanizar a la IA facilita su adopción. Si un chatbot “tiene personalidad”, si un asistente virtual “parece simpático”, si una aplicación “nos conoce”, entonces es más fácil confiar, interactuar, e incluso depender de ella. Lo explicó muy bien Turkle (2011): nos estamos acostumbrando a las relaciones “como si” fueran reales. Como si el otro existiera, como si hubiera un vínculo. Pero no lo hay. Es una ilusión que alivia la soledad, pero no la resuelve.

En los medios de comunicación, esta ilusión se refuerza todo el tiempo. Escuchamos que un sistema “rechazó” una solicitud de crédito, que un algoritmo “seleccionó” a un candidato, que la IA “decidió” cancelar una cuenta. El uso de verbos con carga intencional instala la idea de una voluntad autónoma. Pero lo que queda invisibilizado es el proceso: quién programó el sistema, con qué criterios, sobre qué datos, con qué sesgos.

Como señala Wright Mills (1959), la imaginación sociológica nos permite conectar la biografía con la estructura, lo personal con lo histórico. Este mito, en cambio, rompe esa conexión: convierte a la tecnología en sujeto y borra los actores

humanos, las decisiones institucionales y los intereses económicos. Lo mismo denunciaba Vincent Marqués (1981) cuando afirmaba que la sociedad suele “naturalizar lo discutible”: lo que debería ser objeto de debate político y ético se presenta como inevitable o neutral.

El mito como herramienta de poder

Crear que la IA tiene identidad y agencia como los humanos habilita una serie de falsas equivalencias. Si tiene identidad, ¿puede tener derechos? Si tiene agencia, ¿puede tener responsabilidad? Si una IA causa daño, ¿es su culpa? ¿Puede disculparse? ¿Puede aprender de la experiencia en el sentido existencial del término? Estas preguntas, que parecen filosóficas, tienen consecuencias jurídicas, laborales y sociales urgentes. Porque si creemos en esta ficción, nos arriesgamos a deshumanizar a los humanos y a mitificar a las máquinas.

Y, sin embargo, el mito persiste porque también nos dice algo sobre nosotros. Tal vez proyectamos sobre la IA lo que nos gustaría encontrar en el otro: atención, eficiencia, disponibilidad, comprensión sin juicio. Quizás deseamos que alguien — aunque sea una máquina — nos mire, nos entienda y nos confirme que existimos. La paradoja es que esa búsqueda de vínculo termina reforzando la soledad, reemplazando lo humano por una versión domesticada, programada y predecible del otro.

Pero los mitos no circulan solos. Se insertan en contextos sociales, responden a intereses, habilitan prácticas y bloquean otras. La creencia de que la IA tiene identidad y agencia como los humanos no solo es una idea ingenua: es un relato funcional. ¿Funcional a qué? A justificar la delegación de decisiones complejas en sistemas automatizados, a desplazar responsabilidades, a naturalizar procesos tecnocráticos sin rostro.

Cuando decimos que “la IA decidió”, muchas veces lo que estamos haciendo es ocultar quién programó, quién entrenó, quién validó, quién se beneficia. No hay decisión autónoma, hay diseño técnico e intereses humanos detrás. Lo que emerge no es una mente artificial, sino una red de actores, instituciones y sistemas de poder que se expresan mediante la tecnología.

La agencia no está en la máquina: está en la empresa que decide usarla para evaluar currículums, en el Estado que la implementa para clasificar riesgos sociales, en las plataformas que entrenan sus algoritmos con datos sesgados y opacos. Creer que es la IA la que “elige” es dejar de ver que hay elecciones humanas detrás de cada resultado.

Lo mismo pasa con la identidad. El rostro que vemos en un chatbot o en un avatar personalizado no es una persona: es un diseño de experiencia, una interfaz

“La IA posee rasgos de identidad y agencia similares a los humanos”. Entre simulación y subjetividad: desnaturalizado el vínculo humano-máquina

discursiva. Si le asignamos género, tono emocional, nombre propio, no es porque la IA los tenga, sino porque nosotros los necesitamos para establecer una relación que nos resulte familiar. Humanizamos a la máquina, pero no para entenderla: la humanizamos para poder usarla sin culpa, para simular vínculo donde no lo hay (Turkle, 2011).

Este mito no solo simplifica: reorganiza nuestra relación con la tecnología. Nos hace actuar como si las máquinas tuvieran algo que en realidad no tienen y nos aleja de lo más importante: las preguntas políticas, sociales y éticas sobre su uso.

¿Qué sociedad estamos construyendo?

Porque en última instancia, la pregunta no es si la IA tiene identidad o agencia, sino qué tipo de sociedad construimos al tratarla como si las tuviera. Una sociedad que espera obediencia sin cuestionamiento. Que simula diálogo sin escucha. Que reemplaza vínculos humanos por prestaciones digitales. Que desplaza la ética hacia la eficiencia.

Como sostuvo Haraway (1991), los límites entre lo humano y lo tecnológico están social y culturalmente contruidos, no dados. El problema no es el *cyborg* en sí, sino lo que dejamos de mirar cuando creemos que todo se resuelve en lo técnico. En esa línea, la afirmación de Marqués (1981) de que “la sociedad naturaliza lo que debería discutirse” se vuelve especialmente vigente: tratamos a la IA como si fuera un sujeto cuando, en realidad, estamos evitando hablar del sistema social que produce y regula sus usos.

Si no cuestionamos estos mitos, terminamos gobernados por ficciones peligrosas. Como en toda mitología, hay algo de verdad: claro que la IA genera impacto, claro que puede realizar tareas de forma autónoma. Pero construir sobre eso un imaginario donde las máquinas “son como nosotros” no es ingenuidad: es ideología.

Para la escritura de este capítulo utilicé herramientas de IA, especialmente ChatGPT, como apoyo en el proceso de organización de ideas, formulación de borradores y revisión de estilo. La experiencia fue enriquecedora, aunque no automática: requirió múltiples ediciones, chequeo de fuentes, decisiones de tono, y una mirada crítica constante.

Descubrí que la herramienta puede resultar útil para explorar conexiones, ensayar estructuras posibles y formular primeras versiones. Pero también noté que

tiende a homogeneizar el lenguaje, repetir patrones argumentativos y “redondear” ideas con una lógica excesivamente ordenada. Por eso, el trabajo final fue un ejercicio de autoría: reelaborar, cuestionar, corregir, volver a escribir.

No le pedí a la IA que pensara por mí, sino que me ayudara a pensar. Ese límite me parece fundamental. La herramienta no es sujeto, no es autora, no es agente. Es una interfaz. Usarla críticamente es, también, una forma de resistir el mito que denuncia este capítulo.

Referencias

- Giddens, A. (1984). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu Editores.
- Haraway, D. J. (1991). *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. Routledge.
- Marqués, J.-V. (1981). *Por una sociología de la vida cotidiana*. Anagrama.
- Mills, C. W. (1959). *The sociological imagination*. Oxford University Press.
- Taylor, C. (1992). *Sources of the self: The making of the modern identity*. Harvard University Press.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S. y Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 1-21. <https://doi.org/10.1177/2053951716679679>