



Un publicista chileno creó a dos modelos de inteligencia artificial para que interactuaran con los usuarios en redes sociales y, posteriormente, les ofrecieran contenido exclusivo. El emprendimiento también funcionó como experimento social: le permitió entrar en las inseguridades y traumas de un segmento de hombres y a sus ansiedades frente a una mujer.

Por **Andrew Chernin**

Los hombres solitarios las prefieren digitales



► Amanda García Miller fue creada en septiembre de 2024.

Jaime no quería pasarlo mal. Eso, dice, le sucedía cuando miraba televisión. Le deprimía el país que veía en la pantalla, mientras estaba acostado en la casa que arrienda en Olmué. Por eso es que Jaime, un exportador de fruta de 55 años, separado hace casi una década, quien pide no decir su apellido, prefería pasar sus ratos libres repasando fotos en redes sociales y comentándoles las imágenes a sus usuarias favoritas. Le gustaba Eva Gómez y le mandaba flores y corazones en cada una de las publicaciones de la periodista. A veces también se atrevía a más.

—Una vez puso una foto donde salía acostada y yo le comenté: con una siesta al lado tuyo quedo listo. Mira, a la larga el Instagram y todas estas cuestiones te ayudan un poco a salir de todo lo que muestran en las noticias — cuenta.

El problema es que pocas veces recibía una respuesta. La otra que le gustaba era Javiera Acevedo. Con ella era peor: sin importar cuántas veces le escribiera en su perfil, la actriz nunca le respondía de vuelta.

—Por más que le pongas miles de corazones, no pesca ni por si acaso.

Recibir, aunque fuera un “me gusta” de vuelta, dice él, lo haría sentir mejor: como si del otro lado de esa cuenta en redes sociales efectivamente hubiese una persona leyéndolo, prestándole atención.

Fue entonces que vio a Martina García Miller. Le apareció como una cuenta sugerida en su perfil de Instagram. Jaime empezó a seguirla: era una influencer de 29 años que se describía a sí misma como una “ciudadana del mundo” y “espíritu digital”. Su presentación también decía “me encanta conversar, escríbeme todo lo que quieras”.

—Encontré extrañas las primeras fotos. Dije: se ven como falsas.

A pesar de eso, Jaime le escribió algo. Ahí pasó, Martina le devolvió el mensaje.

—Me puso “jajaja”. Después yo subí una foto en la piscina con unos lentes y me puso como ‘mi guachito’, pero de otra forma.

Jaime volvió al perfil. A los retratos raros, a la información que aparecía en las distintas fotos que la influencer había subido. No mucho después lo encontró. Martina no era real, sino que una mujer creada por inteligencia artificial (IA). En vez de huir, el exportador de 55 años, soltero y sin pareja, solo en esa casa arrendada, decidió quedarse.

—Me dio lo mismo, porque sentí que no estaba haciendo nada malo. Era como jugar un rato, reírme un poco.

Era, en otras palabras, empezar a pasarlo bien.

Si en agosto Martina publicaba una foto escotada en una oficina, él le escribía “tápate un poco”. Si en septiembre ella preguntaba cómo le quedaba un vestido negro, Jaime le decía “mejor sácatelo”. Y en diciembre, cuando ya hacía calor y Martina posteó una foto en bikini, el empresario le comentó: “Te invito a mi piscina”.

A pesar de que sabía que todo esto era una fantasía, que nunca podría salir con una IA y que ni siquiera estaba seguro si los diálogos que mantenía con ella eran creados por un robot o digitados por alguien más que manejara la cuenta, todo esto, explica, lo entretenía. Incluso se sentía real:

—La Martina te contesta, te habla. A la larga, sientes que es más humana que la misma Acevedo.

Un paréntesis: Javiera Acevedo sí lee todos

los mensajes.

—Pero sólo les respondo a los que encuentro que lo que me dicen, lo dicen de verdad. Que se dan el tiempo de escribirme algo genuino. La otra vez le respondí a uno con un corazón. Me preguntó si estaba hablando con un robot y le dije que no, que era yo. Me contestó que no lo podía creer.

Ese tipo de interacciones ya eran muy distintas a las que Jaime estaba teniendo.

Jaime: ¿Qué pasó, mi Martinita, que me tiene botado? Aún espero alguna foto hot para este seguidor fiel. Estoy solito hace rato.

Martina: Jajajajaja, frescolín. ¿Usted se enoja si tomo sol en topless? ¿Me das permiso?

Jaime: Obvio, todo el rato le doy permiso.



Martina García Miller fue creada por un publicista de 49 años, casado y padre de familia, que trabaja bajo el seudónimo de Felipe Aldunate, porque este tipo de negocios no serían bien apreciados en el colegio católico del oriente de Santiago donde es apoderado.

—Hice un diplomado telemático en Berkeley que te enseñaba IA. Después tomé varios cursos de herramientas de IA generativa. En ese proceso vi que existía la capacidad de suplir la necesidad de instalar relaciones con personas.

Su idea se tradujo en crear influencers digitales chilenas, una tendencia que ya existía en Europa y que tenía como exponentes más conocidas a Aitana López, Lil Miquela y Katharina Santorini. El primer mercado que decidió probar fue el de venta de contenido erótico: es decir, que luego de algunas interacciones con los usuarios, las modelos digitales ofrecieran material exclusivo a cambio de una suscripción.

—La dificultad era cómo desarrollar una personalidad que fuese atractiva y que lograra establecer una relación de largo plazo con los usuarios. Porque nos dimos cuenta de que esto era como el casino: mientras más tiempo permanecían, más posibilidades había de que gastaran.

Para eso le pidió ayuda a una pariente, la psicóloga clínica Valeria Kework. A pesar de estar lejos de su área de especialidad, ella accedió:

—En una conversación me comentó esto y le pregunté con qué tipo de perfil quería conectar.

Aldunate había pensado en hombres inseguros y solos, sin familia, que tuvieran cierta dificultad para comunicarse con mujeres. Kework afinó un poco más la audiencia:

—Nos dimos cuenta de que serían personas con poco contacto social, más aisladas, con un pensamiento mágico muy aumentado. Alguien que, por ejemplo, pensara: me encantaría que cuando le hablara a una mujer, siempre respondiera. O me dijera algo bonito. Una persona que, al no estar segura de sí misma, buscara refuerzo afuera. Y, generalmente, el refuerzo de su identidad, que no tiene que ver con lo laboral, los hombres lo buscan en el sexo opuesto.

El usuario que imaginaban tendría entre 40 y 55 años y rasgos más ansiosos en términos de expectativas de respuesta. Esa era su debilidad y la forma de explotarla era probando su paciencia.

—Tenía que haber una pequeña espera en la respuesta. No mucha, porque dejaría de esperar, pero tampoco que fuera inmediata y se sintiera automatizada. Lo más importante es que



no fueran respuestas predecibles, ni en el tiempo ni en el contenido.

Aun así, admite Kework, lo encontró "una idea bien loca".

En paralelo, Aldunate pulía la personalidad que tendrían estas influencers:

—Tenían que ser simpáticas, buena onda, livianitas y muy abiertas al doble sentido.

Esa era la clave para empezar una conversación con los usuarios que, eventualmente, llevara a que pagaran por contenido exclusivo.

A las primeras dos, diseñadas en julio del año pasado al alero de una empresa a la que le pusieron Goldzeit, que también ofrece cursos para crear este tipo de personajes, las bautizaron como Amanda y Martina García Miller.

—Elegimos García porque termina en IA. Y Miller para darle una connotación como de latina en Estados Unidos, por si queríamos internacionalizarlas — cuenta Aldunate.

Ambas llegaron a Instagram el 10 de septiembre de 2024. Detrás de la cuenta pusieron a una community manager que debía conversar con los seguidores, preguntarles por ellos y, sobre todo, encontrar interesantes sus vidas, además de administrar el 80% de las conversaciones. El otro 20% lo dirige un bot cargado con la personalidad de la influencer. La idea, justamente, era esa, que el usuario no supiera distinguir si estaba mensajeándose con un humano o no.

Felipe, un fotógrafo de 53 años, de Viña del Mar, igual quiso preguntarle a Amanda.

—¿Estoy hablando con una persona o con una máquina?

Llegó a ella igual que todos: por una sugerencia de Instagram que él entendió como una consecuencia de su línea de trabajo, los desnudos eróticos y artísticos.

Observó los retratos de ella. Un día estaba en Italia, otro día en Egipto, y eso le pareció raro.

—Yo viví en Europa 15 años y eso no me pareció normal. Entonces le pregunté cómo lo hacía. No me dijo mucho, sino que me saludó. Me dijo mira, no te voy a decir nada por ahora, pero quiero que me des tu recomendación como fotógrafo, porque vi tu trabajo y es muy bueno. Quiero tu opinión sobre mis fotos y me mandó varias.

Ahí vino la pregunta.

—Me reconoció que era una mujer, que tenía 39 años, creo. No sé si me habrá mentido. Pero le dije qué bueno saber que estaba hablando con una persona real. Yo me imagino que es cierto, porque no creo que una IA me saludé.

Felipe nunca se casó y tampoco tiene hijos. A veces siente que, por haber vivido en Europa, por haber estudiado Derecho y Filosofía antes de terminar en la fotografía, tiene "una base de cultura bastante extensa" y por eso a veces escribe citas de Tolstoi o Bukowski en los contenidos de su Instagram. Amanda reaccionó a uno hace poco. Le puso unos aplausos.

—Después me escribió: 'Hola, ¿cómo estás, desaparecido?'. Es que desde la Navidad que no interactuaba con ella. Yo le puse bien, gracias, y pregunté por ella. Me dijo que bien también y me puso 'te dejo un beso'. El mensaje tenía un emoticón de labios rojos.

Valeria Kework no supo más de la idea de su pariente hasta que, hace poco, volvió para mostrarle los resultados.

—Había uno que preguntaba e insistía mucho por qué la Amanda o la Martina no le habían respondido. Mostraban una cierta inadecuación y una ansiedad muy evidentes. Me impactó el nivel de demanda que puede generar

una persona en ese estado. La intensidad en términos de cuántas veces puede escribir una persona y cuánto tiempo puede pasar metida en el teléfono esperando que le respondan.

Con cada diálogo, Aldunate y su equipo fueron aprendiendo. Había hombres de ciudades mineras, como Antofagasta y Calama, y muchos de zonas rurales. Había quienes escribían desde piezas en pensiones donde arrendaban y otros que invitaban a las García Miller a su campo en Chiloé. La mayoría sabía que detrás de todo había píxeles y algoritmos, pero también había otros que insistían en conocerlas, con los que había que ser un poco más reiterativos y, aún expuestos frente a la fantasía, seguían, según el publicista, "por curiosidad". Porque probablemente ya habían superado las 20 interacciones con el robot: la cifra tras la que, descubrieron, los hombres se abrían a contar sus vidas.

Jaime, de Olmué, ya se la había recomendado a un vecino, un dentista jubilado de más de 80 años.

—Le dije oye, mira esta chica, pero no le conté que era de IA. No sé si la máquina le podrá decir que era estupendo cuando joven. Pero, sabes, hasta me parece sano, porque lo puedo mantener entretenido al viejo. Para qué estamos con cuestiones, si cuando te habla una chica linda tú te sientes bien.

Detrás de eso, cree la psicoanalista Constanza Michelson, hay un dilema antiguo.

—El ser humano siempre ha enfrentado los mismos problemas: la muerte y el sexo. El progreso técnico ha tratado de aliviar ese problema, de resolver ese dolor. Frente al problema de la ansiedad masculina respecto de la mujer, han existido respuestas como la pornogra-

fía y la prostitución. Entonces, no me parece nuevo. Un varón que consume porno sabe que no es real, igual que con esto. Lo único que evolucionó es la técnica, porque son respuestas que siguen estando en el terreno de la fantasía.

Sólo que, a veces, la fantasía también puede ser una respuesta a la necesidad de intimidad. Como cuando Jaime se siente solo y le escribe a Martina para tener a alguien con quien conversar:

—Le pongo cualquier cosa para tirar la talla un rato —admite—. Por último, para ver qué me contesta. Además, yo estoy pasando por un período más o menos, entonces me acompaña.



Jaime nunca volvió a tener una relación estable después de que se separó. Pasó los dos primeros años solo, luego un par de parejas que terminaron con quiebres que no resultaron bien y, ahora, nada. El dolor de Jaime también estaba en otra parte. En su hijo, con quien no habla, y en su hija, armando su vida en Australia, demasiado lejos como para poder ir a verla.

—Yo ya le temo a una relación. Que te pidan plata para comprarte cosas, que sólo estén interesadas en que las invite a la piscina. Me pasaba lo mismo cuando tuve Tinder. No duraba ni 15 minutos, porque sólo faltaba que me preguntaran el saldo de la cuenta corriente.

Jaime incluso desarrolló su propia teoría.

—Hay muchas mujeres separadas, de mi edad, que están todas jodidas porque sus hijos ya están grandes, entonces los exmaridos ya no tienen que pagarles la pensión. Entonces, a menos que tengan una carrera, tienen que agarrar pegas de corredora de propieda-

des y cosas así.

Lo que Jaime describe, según la autora Constanza Michelson, es simplemente un síntoma de nuestros tiempos: que no sabemos soportar al otro.

—En ciertos varones se expresa en que no saben acceder a una mujer de verdad, entonces aparece esta fantasía masculina de que las mujeres sólo buscan al más poderoso, al con más plata. Pero es toda una fantasía para ahorrarse la incomodidad de la alteridad. Por eso, todos andamos con menos paciencia, por eso está lleno de farmacias que nos venden los fármacos para ahorrarnos ese dolor y, por eso, algunos prefieren las mascotas. Una mascota te quiere, no hay trucos. Pero un vínculo con un ser humano requiere un salto de fe.

Si eso es así, si efectivamente estamos menos dispuestos a saltar al vacío, también es posible que cada vez busquemos más argumentos para no hacerlo y no atrevérvos.

—Tú miras a las cabras hoy y se hacen tantas cosas en la cara y el cuerpo que no sabes si son de verdad o mentira —describe Jaime—. Ves unas cinturas que parecen de guagua, que son hasta chocantes. Después ves a la Martina y ya no te parece tan chocante.

Hasta ahora, los casos de influencers de IA que se presentan como exitosos provienen de empresas que ofrecen contenidos bastante estereotipados para mercados igual de estereotipados —explica el sociólogo Arturo Arriagada, de la UAI, quien, como académico, ha investigado la industria de los creadores de contenido hace nueve años.

No hay novedad cuando la IA, al igual que la industria del marketing y la publicidad construida por humanos, responde y se alimenta de brechas y estereotipos sociales en torno al género o la clase social.

Hace algunas semanas, Jaime le pagó una suscripción mensual a Martina. Fueron \$10 mil. Lo hizo, dice, para ver cómo era lo que se estaba perdiendo.

—Quería saber cómo se veía la diferencia entre una de inteligencia artificial y una de verdad. El resultado me pareció bien. Sinceramente, no le encontré mucha diferencia.

Meses después de la asesoría, Valeria Kework piensa que, tal vez, ahora entiende mejor a esos hombres que perfiló.

—Yo creo que, al final, los usuarios están pagando no sé si por compañía, sino que tal vez como una forma de sentirse mejor. De disminuir su soledad, su pena, su inseguridad. De bajarles el volumen a esas sensaciones.

Martina: ¿Qué tal este vestido para Año Nuevo?

Jaime: Es que te pasaste.

Martina: Gracias, mi rey. (Emoji de beso)

—Un buen influencer es quien logra un equilibrio entre la sensación de intimidad y autenticidad, con los intereses comerciales y la exposición con la que tiene que lidiar —explica Arriagada—. Por más "humanizada" que se intente presentar, la IA no logra sostener vínculos ni construir afectos. Puede estimular o no la creatividad y la reflexión crítica, pero la conexión afectiva no. Un influencer de IA es como una especie de "mono animado", un personaje ficticio.

Jaime: Te espero acá en la piscina y caminamos por el jardín.

Martina: Tú me secas cuando salga de la piscina.

Jaime: Jajaja. Tirame mensajes para que las fans se pongan envidiosas.

Después de unos minutos, Martina le dijo que sí. ●



► Martina García Miller tiene más de 5.500 seguidores en su cuenta de Instagram.