

LA BÚSQUDA con IA integrada ofrece de inmediato una síntesis en distintos formatos de lo que el usuario solicita.

ANALISTAS ENTREGAN SU OPINIÓN

Nueva generación de buscadores con IA: cómo funcionan y qué impacto tendrán en la web

Si las aplicaciones de inteligencia artificial ya han causado repercusiones en diversas industrias, los motores de búsqueda con esta tecnología integrada podrían cambiar por completo no solo la forma en la que se consulta información, sino también la red tal como la conocemos hoy.

Toda innovación tecnológica ha generado desde su origen detractores y defensores. El más reciente debate entre los que Umberto Eco bautizará en los 60 como "apocalípticos" e "integrados" ha sido en torno a la inteligencia artificial (IA) generativa, cuyas repercusiones se están haciendo sentir en el arte, el cine, la fotografía y la redacción de textos, entre otros. Ahora la discusión se está extendiendo hasta el corazón mismo del universo digital, la World Wide Web (www), esa red inabarcable de sitios que nació en 1989 y que hoy llega —según Statista— a más de 1.800 millones, entre páginas activas e inactivas.

¿La razón del debate? Los nuevos motores de búsqueda con IA integrada, que ofrecen de inmediato una síntesis en distintos formatos de lo que el usuario busca. Por ejemplo, al consultar en Bing o en Brave Search por las mejores novelas de fantasía, los buscadores entregan un listado con una breve síntesis de distintos libros, imágenes y videos, y contenido adicional de consulta.

El problema, advierte Carlos Alberto Scolari, profesor titular en la Universitat Pompeu Fabra y desta-

cado autor de una decena de libros sobre la evolución de lo digital, es que esto puede hacer que muchos usuarios se queden con lo que les muestra el *home* del buscador, sin seguir explorando las páginas que no se muestran en una primera vista. Es decir, la navegación como la conocíamos hasta ahora, ese saltar de clic en clic, podría cambiar radicalmente.

CAJAS DE INFORMACIÓN

Uno de los primeros riesgos, indica Scolari, es el sesgo. No existe total claridad sobre cómo y desde qué fuentes los buscadores con IA integrada están generando las cápsulas de contenido que muestran: "Al procesar la información más común y repetida —las IA generativas son potentes máquinas estadísticas—, el buscador termina reduciendo también la serendipia que implicaba la navegación web. Si los usuarios se quedan en la página del buscador, también se perderá el placer de la navegación y el descubrimiento que surge a partir de seguir enlaces entre páginas. Ese era el fundamento de la World Wide Web".

El debate en torno a la entrega de información en el *home* del busca-

dor comenzó hace una década, comenta Aidan Hogan, académico de Computación de la Universidad de Chile y subdirector del Instituto Milenio Fundamentos de los Datos, cuando Google presentó su "Knowledge Panel", una caja de información que aparece al buscar temas como lugares, personas, organizaciones o bandás, entre otros.

"Al buscar 'Pablo Neruda', Google muestra sus fotos, su profesión, una breve explicación de quién es, una lista de sus libros", ejemplifica. Con ello, las dudas de un gran porcentaje de usuarios pueden quedar resueltas sin visitar los resultados que quedan más abajo en la página. "Y desde hace más de una década hay preocupación de que esto podría estar causando una caída notable en las visitas a Wikipedia, aunque parte de la información que presenta viene de esa plataforma", señala Hogan.

CONOCIMIENTO PERDIDO

Tal como una biblioteca en la que los libros que no se consultan van siendo relegados al olvido, para Scolari el principal riesgo es la potencial pérdida de la inmensa diversidad de

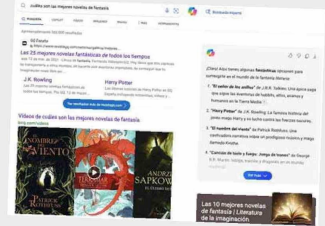
contenido presente en la web. "Para navegar, los buscadores son una herramienta fundamental. Pero si los navegantes se quedan en la primera página del buscador y terminan leyendo o utilizando un texto breve generado por las IA, la pérdida será enorme", explica. Y dice que sería "como llegar a un aeropuerto, no subirse al avión y quedarse con lo que ofrece el Duty Free. Nos perderíamos el gran viaje por la gran red de información que hemos construido en los últimos 30 años".

"La web ha experimentado una centralización creciente, llegando a la concentración de una parte clave de su infraestructura en las manos de unas pocas empresas", analiza Hogan, quien agrega que —tal como sucede con las grandes tiendas en línea que pueden hacer desaparecer negocios más pequeños— la IA puede acelerar esa tendencia a la concentración. Pero "hay un límite, pues los motores de búsqueda y los modelos de IA dependen de la web, la gran mayoría de la información que necesitan para su quehacer proviene de ella", afirma. "Y no sé hasta dónde puedan llegar mordiendo la mano que les da de comer", concluye.

ALGUNOS EJEMPLOS

BING Y COPILOT - <https://www.bing.com/>

Microsoft integró a su motor de búsqueda Bing el sistema de inteligencia artificial Copilot. Es uno de los más usados, ya que se basa en el éxito que tuvo su Bing Chat con IA, que registró en 2023 más de 40 millones de nuevos usuarios. Copilot utiliza GPT-4.



BRAVE SEARCH - <https://search.brave.com/>

Brave Software Inc., creadora del navegador del mismo nombre, desarrolló Brave Search, un motor de búsqueda que, según señalan, no registra las consultas, porque no piden ni recopilan datos personales.



GOOGLE AI OVERVIEW

Fue lanzado en mayo en Estados Unidos, sin embargo comenzó a ser retirado rápidamente del motor de búsqueda, ya que entregaba respuestas erradas o absurdas. La compañía señala haber aumentado los controles, pero se desconoce cuándo volverá a estar disponible.

DUCKDUCKGO - <https://duckduckgo.com/>

Al consultar en la barra de texto de DuckDuckGo, da la opción de chatear con su IA y seleccionar si se quiere que las respuestas provengan de GPT, de OpenAI; Claude, de Anthropic; Llama, de Meta, o Mixtral, de Mixtral AI. Los resultados varían según lo que se elija.



KOMO - <https://komo.ai/>

Creado por Komo Technologies, este motor de búsqueda dice fomentar la privacidad y rapidez, y tiene categorías sin costo y otras pagadas. Sin embargo, puede arrojar distintos resultados ante una misma consulta.

YEP - <https://yep.com/>

Plataforma que ha generado expectativa, ya que paga a los creadores de contenidos que nutren sus respuestas. Por ejemplo, al consultar recetas, el contenido que provenga de *influencers* o *content creators* será remunerado. También funciona con un asistente IA para la búsqueda enriquecida.

