



¿ChatGPT nos está haciendo estúpidos? La inteligencia artificial pone en riesgo de nuevo la cognición humana

Is ChatGPT making us stupid? Artificial intelligence is once again putting human cognition at risk

Resumen: La irrupción de la IA generativa, como ChatGPT, replantea una pregunta crucial: ¿nos está haciendo estúpidos? A diferencia de los buscadores, esta tecnología no solo recupera información, sino que puede pensar y crear por nosotros. El riesgo real no es la herramienta en sí, sino cómo la usamos: delegar todo el esfuerzo cognitivo debilita nuestro pensamiento crítico. Quienes usen la IA para reemplazar su intelecto quedarán en desventaja. El futuro pertenece a quienes la usen para aumentar, no para reemplazar, su propia inteligencia y creatividad.

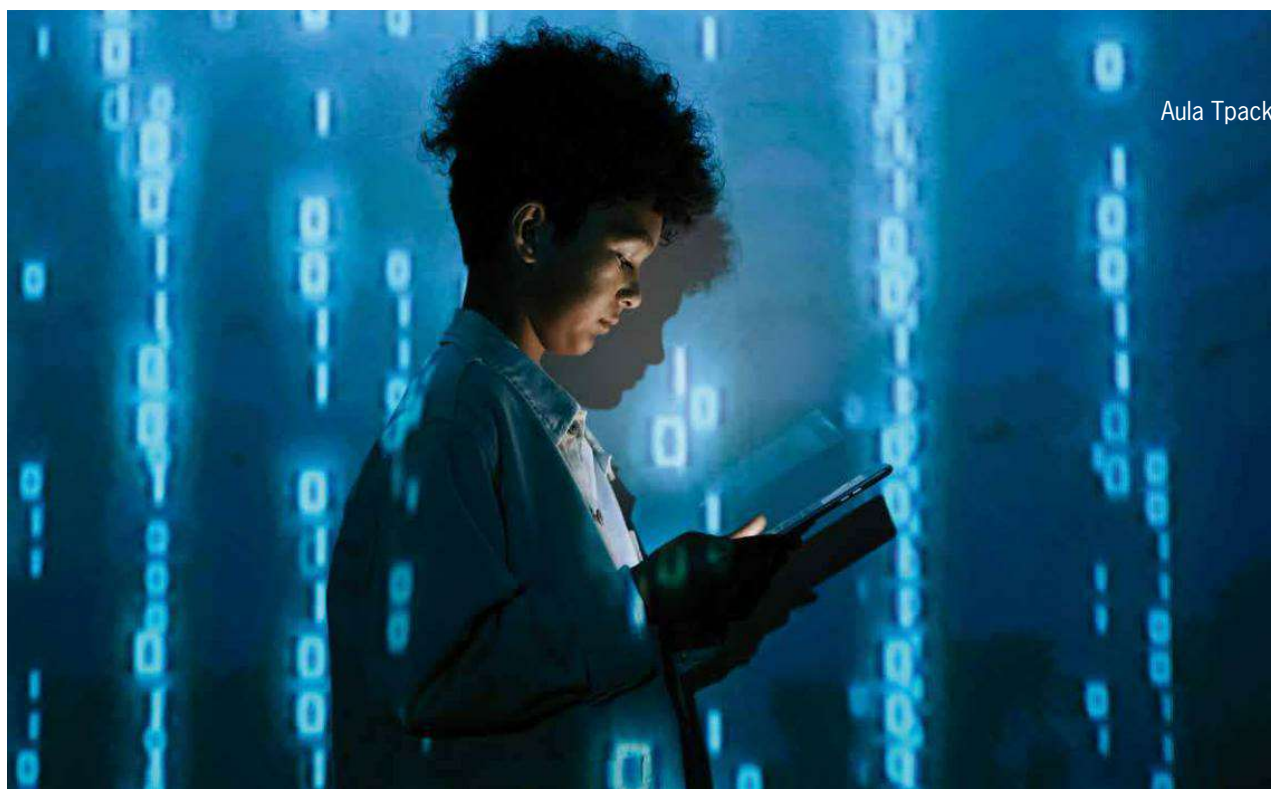
Abstract: The emergence of generative AI, like ChatGPT, raises a crucial question: is it making us stupid? Unlike search engines, this technology doesn't just retrieve information but can think and create for us. The real risk isn't the tool itself, but how we use it: delegating all cognitive effort weakens our critical thinking. Those who use AI to replace their intellect will be at a disadvantage. The future belongs to those who use it to augment, not replace, their own intelligence and creativity.

Palabras clave: IA Generativa. Chatgpt. Inteligencia Artificial. Pensamiento crítico. Esfuerzo cognitivo. Tecnología. Inteligencia humana. Efecto Dunning-Kruger. Procesamiento de información. Futuro del trabajo. Declive intelectual. Aumento. Creatividad. Dependencia. Retención del conocimiento. Motores de búsqueda. Automatización. Desarrollo cognitivo. Sesgo. Ética.

Keywords: Generative AI. Chatgpt. Artificial Intelligence. Critical Thinking. Cognitive Effort. Technology. Human Intelligence. Dunning-Kruger Effect. Information Processing. Future Of Work. Intellectual Decline. Augmentation. Creativity. Dependency. Knowledge Retention. Search Engines. Automation. Cognitive Development. Bias. Ethics.

Dolors Reig Hernández

Psicóloga Social, experta en Cultura digital – Innovación
(@dreig), El caparazón www.dreig.eu
Canal en Instagram: <https://www.instagram.com/dreig/>



Fue muy renombrado en 2008 un artículo en *The Atlantic* que provocó un intenso debate: *¿Está Google volviéndonos estúpidos?* En un ensayo de 4.000 palabras, posteriormente ampliado en un libro, el autor Nicholas Carr argumentaba que la respuesta era sí. Según Carr, tecnologías como los motores de búsqueda estaban erosionando nuestra capacidad para pensar con profundidad y retener conocimiento. Su preocupación central era que, al poder buscar cualquier dato al instante, ya no sentíamos la necesidad de recordar o aprender hechos, tema que debilitaba la cognición humana.

Aunque había cierta verdad en su argumento, el tema trataba en mayor medida de un cambio, de la evolución de la cognición humana, más que de su desaparición: los buscadores tradicionales exigieron en mucha mayor medida que nunca antes un esfuerzo crítico y el usuario debía evaluar, interpretar y contextualizar los resultados obtenidos. Así, la res-

ponsabilidad última del pensamiento recaía en el ser humano.

Hoy, ante una transformación tecnológica más profunda todavía, con el auge de herramientas de inteligencia artificial generativa como ChatGPT, el debate se reproduce: los usuarios de Internet ya no solo externalizan la memoria sino que, potencialmente, están externalizando el pensamiento mismo.

Así lo analiza Aaron French en un interesante artículo publicado en *The Conversation*: a diferencia de un motor de búsqueda, estas herramientas no solo recuperan información, sino que pueden crearla, analizarla y resumirla. Estamos ante un nuevo cambio fundamental y, por primera vez, tenemos una tecnología que puede reemplazar directamente la creatividad y el pensamiento humano. Recordando la ya icónica pregunta sobre evolución tecnocultural: ¿Nos está haciendo estúpidos ChatGPT?

Desde luego, la IA generativa está alterando radicalmente la forma en que



«Los usuarios de Internet ya no solo externalizan la memoria sino que, potencialmente, están externalizando el pensamiento mismo»



«Lo importante no es si una persona usa IA generativa, sino cómo lo hace»

accedemos y procesamos la información. Para muchos, está reemplazando la necesidad de cribar fuentes, comparar puntos de vista y lidiar con la ambigüedad. En su lugar, la IA ofrece respuestas claras y pulidas en segundos. Precisos o no, estos resultados son innegablemente eficientes, provocando grandes cambios en cómo trabajamos y pensamos.

Pero esta comodidad podría tener un coste. Cuando las personas dependen de la IA para completar tareas y pensar por ellas, se podría estar debilitando su capacidad para pensar críticamente, resolver problemas complejos y profundizar en la información. Aunque la investigación sobre este punto es aún limitada, el consumo pasivo de contenido generado por IA podría desincentivar la curiosidad intelectual, reducir la capacidad de atención y crear una dependencia que limite nuestro desarrollo cognitivo y el de nuestros alumnos incluso en mayor medida que lo que el uso de Google supuso.

Para entender mejor este riesgo, es útil recurrir al efecto Dunning-Kruger. Este fenómeno psicológico describe cómo las personas menos competentes en un área suelen ser las más seguras de sus habilidades, simplemente porque carecen del conocimiento necesario para reconocer su propia ignorancia. Por el contrario, los individuos más competentes tienden a ser menos seguros, ya que son conscientes de la complejidad que aún no dominan.

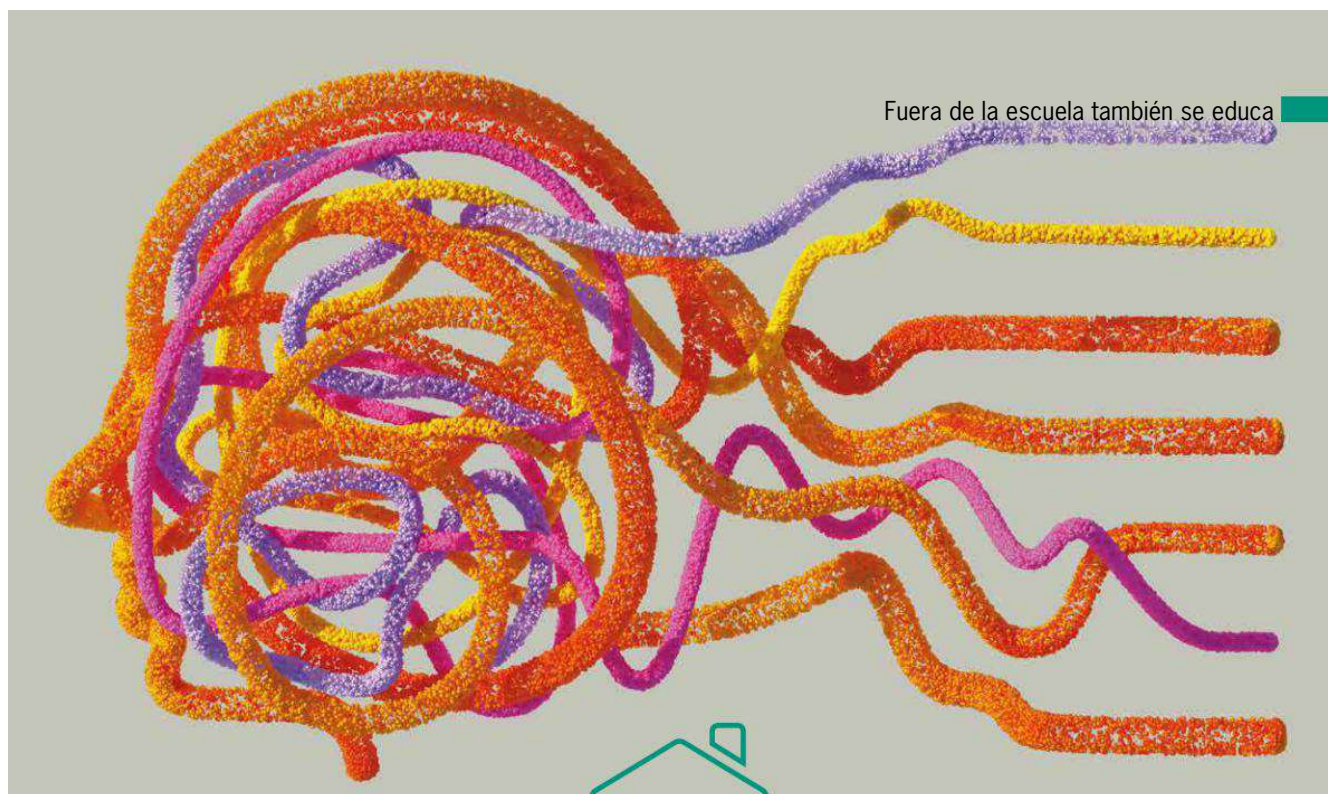
Este marco se puede aplicar al uso de la IA generativa. Algunos usuarios pueden depender en exceso de herramientas como ChatGPT para reemplazar su esfuerzo cognitivo, mientras que otros las utilizan para potenciar sus capacidades. En el primer caso, el usuario podría creer erróneamente que comprende un tema porque es capaz de repetir

un contenido generado por la IA. De esta manera, la IA puede inflar artificialmente la percepción que uno tiene de su propia inteligencia, mientras que en realidad reduce su esfuerzo cognitivo real. Esto crea una brecha en la forma de utilizar la IA. Un grupo se queda estancado en lo que podríamos llamar la “cima del monte de la estupidez”, usando la IA como un sustituto de la creatividad y el pensamiento. Otro grupo, en cambio, la utiliza para complementar y mejorar capacidades cognitivas existentes.

En otras palabras, lo importante no es si una persona usa IA generativa, sino cómo lo hace. Si se usa de forma acrítica, ChatGPT puede conducir a la complacencia intelectual. Los usuarios pueden aceptar sus resultados sin cuestionar sus supuestos, buscar perspectivas alternativas o realizar un análisis más profundo. Pero cuando se usa como un asistente, puede convertirse en una herramienta poderosa para estimular la curiosidad, generar ideas, clarificar temas complejos y provocar diálogos intelectuales enriquecedores.

Así, la diferencia entre que ChatGPT nos haga más estúpidos o inteligentes reside íntegramente en cómo decidamos usarlo. La IA generativa debe servir para aumentar la inteligencia humana, no para reemplazarla. Esto significa usarla para apoyar la investigación, no para evitarla. Significa tratar sus respuestas como el inicio de un proceso de pensamiento, pregunta, proyecto, contenido, nunca como su fin.

Desde esa perspectiva debemos tratar la integración de la IA en las aulas, sin penalizarla si constituye solamente el punto de partida hacia un resultado (el generado por una inteligencia humana crítica), que tiene el potencial de ser mucho mejor. ●



Fuera de la escuela también se educa



FUERA DE LA ESCUELA TAMBIÉN SE EDUCA

Un liderazgo cerebro-saludable

A brain-healthy leadership

Resumen: Para liderar de forma efectiva, es esencial comprender cómo funciona el órgano más fascinante del universo. Un estilo de liderazgo “cerebro saludable” (brain-friendly) favorece el bienestar personal y colectivo, la motivación propia y del equipo y el aprendizaje individual y social.

Abstract: To lead effectively, it is essential to understand how the most fascinating organ in the universe works. A ‘brain-friendly’ leadership style promotes personal and collective well-being, self-motivation, team motivation, and individual and social learning.

Palabras clave: Neurociencia. Personalidad. Temperamento. Liderazgo. Humildad. Creatividad. Resiliencia. Sociología. Familia. Educación.

Keywords: Neuroscience. Personality. Temperament. Leadership. Humility. Creativity. Resilience. Sociology. Family. Education.

Juan Carlos Cubeiro

Premio Nacional de Management 2022
 Presidente para Europa de About my Brain Institute
 Consejero de Human Age Institute
 Socio-director de IDEO Advisorro