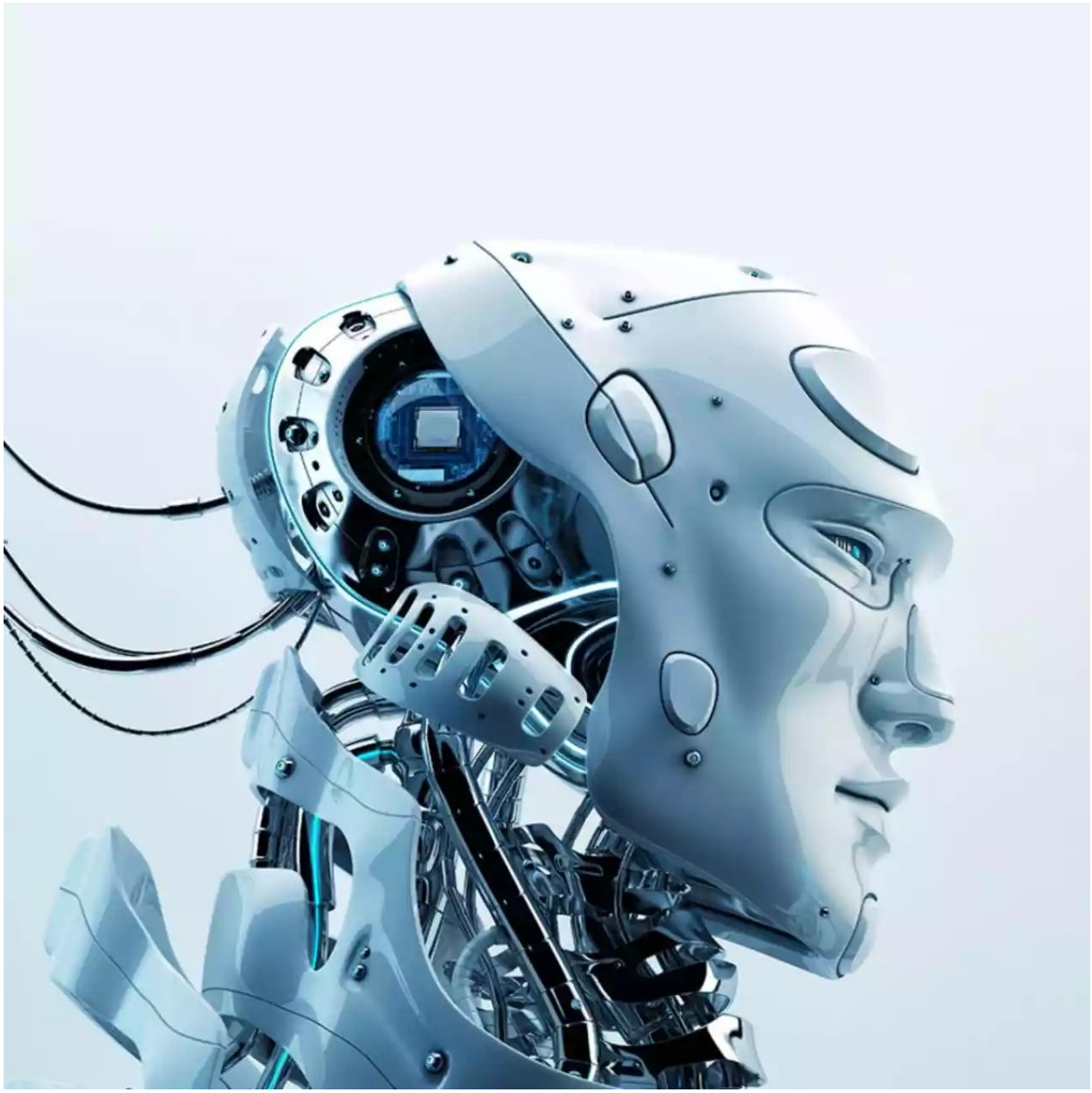
Inteligencia artificial y creatividad

Por David Espinosa

¿Cuántos años llevamos soñando con la creación de algo que podamos llamar «inteligencia artificial»?



Inteligencia artificial es la combinación de algoritmos que permiten a una máquina tener las mismas «capacidades» del ser humano. Algoritmo es un conjunto ordenado de operaciones sistemáticas que permite hacer un «cálculo» y hallar la solución a un tipo determinado de

problemas. En otras palabras, la inteligencia artificial es darle a nuestros ordenadores la capacidad de calcular al mismo nivel que un ser humano, sólo que obviando las terribles condiciones propias del mismo ser: respirar, comer, amar, dormir, pagar facturas y todas esas cosas que detestan los empleadores, porque nublan el raciocinio del trabajador y le hacen pensar en cómo pagar mensualidades estudiantiles, en vez de dedicar los aproximadamente 1300 cc de capacidad cerebral a resolver cómo acercarse a una ama de casa para venderle el mismo producto, pero más caro porque tiene un nuevo empaque. Y además, por redes sociales.

La inteligencia artificial (IA) puede hacer básicamente de todo: desde automatizar la generación de un cliente potencial en unos 2 segundos, hasta generar una estrategia «inspirada» en la vertiginosa capacidad de procesamiento de cualquier *laptop* sobre una base de datos gigantesca que se suele llamar *Big Data* (BD). Claramente, BD no es sólo una gran base de datos, pero tampoco es mucho más que eso. Digamos que la base de datos está filtrada sobre un tema, público objetivo o geolocalización definidos.

No tengo nada contra la automatización, pero tampoco creo que sea el remedio infalible del que tanto hablan para la publicidad digital. Es decir: sí, gracias por ahorrarme algunos meses de trabajo creando un público objetivo hacia el cual dirigir mis esfuerzos de marketing. Pero… ¿en realidad el producto que desarrollé tiene todas las características que busca, no uno, sino miles de seres humanos? Y estos seres humanos, ¿han sido seleccionados mediante un estudio detallado de cómo viven, o sólo por lo que comparten desde sus redes sociales y por sus historiales de navegación? Creo que el ser humano de principios del siglo XXI tiene dos personalidades: una es quién es en su cotidianidad, y la otra, quién es frente a una pantalla. El problema es que en la inmensa mayoría de los casos esas personalidades son completamente paralelas.

Ahora bien: ¿qué tal si les digo que IA no es ese «cerebro positrónico» que nos vendió *El Hombre Bicentenario*? ¿Y si además les digo que tampoco es la *Matrix* de la que nos salvó Neo en un futuro distópico? Lo que nos ha vendido la ciencia ficción (y al parecer también varias agencias de marketing digital) es algo que va mucho más allá de una capacidad de raciocinio razonable (valga la redundancia) a una velocidad irracional.[1] Es algo que hace ver a la IA como una compleja herramienta al lado de palo encontrado en un bosque (que vendríamos a ser nosotros). Sería algo así como una «conciencia artificial», una entidad completamente ajena a nuestras moléculas de carbono pero que estaría al mismo nivel intelectual-moral-creativo que nosotros.

Podemos jugar con algoritmos para que registren cómo interactuamos con un software, digamos, Adobe Photoshop y terminen creando piezas visuales como las haríamos nosotros. Podemos crear otros algoritmos para enseñarle a un ordenador qué tan gruesas eran las pinceladas, hacia qué dirección y cuál era la temática inspiradora de Rembrandt para que el mismo ordenador acabe pintando «el último Rembrandt». Hasta podemos usar la IA para crear fuentes tipográficas introduciendo algunas características básicas en un menú de selección. Incluso hacer ejercicios para que se generen retratos de personas imaginarias. Todo eso está muy bien, el tiempo es oro. Pero, si nos fijamos bien, todas las tareas que he mencionado son netamente operativas. Es darle a una especie de botón de «reproducir» cosas que ya hemos explorado nosotros. En un enfoque un poco reduccionista, es como decir

que un tocadiscos antiguo es un ejemplo de inteligencia artificial porque es capaz de reproducir auditivamente una sinfonía completa.

En fin, la cosa aún no está para alarmas. Pienso que el ser humano aún tiene el monopolio creativo en este planeta. Pero, si en algún momento su *laptop* le muestra una notificación que dice «Hola, he decidido que hoy no tengo deseos de operar porque estoy analizando la historia de Somalia y requiero todos mis recursos para generar un gráfico en el cual pueda entender por qué se odian tanto entre ustedes», piense que es hora de ceder el terreno a la nueva especie dominante del planeta.

A final de cuentas, Facebook desmanteló dos robots con IA que desarrollaron un lenguaje que sólo entendían ellos dos.

Publicado el 04/07/2019

1. Para saber más de velocidades irracionales, recomiendo leer *Velocidades Malignas*, de Benjamin Noys. Ed. Materia Oscura.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/inteligencia-artificial-y-creatividad