



OK Google

CONTÁCTAME CON SIRI

Por | **CARLOS SIERRA**

¿Qué tanto estarías dispuesto a dejar que tu dispositivo te escuche todo el tiempo o sepa todo acerca de tus gustos, hábitos —y tarjetas de crédito— a cambio de facilidad y conveniencia en tu vida? Como diría Jerry Sienfield “*como rey dando órdenes a sus cortesanos*”.

La privacidad en el mundo digital es un tema del que se habla cada vez más en los noticieros, en las redes sociales, en las conversaciones entre amigos y hasta en obras de teatro. Sin embargo, pocos ubican el dilema de la privacidad en contexto de las máquinas inteligentes y lo que hacen por nosotros para facilitar nuestras vidas.

Me explico: es 14 de octubre del 2011 y el evento se llama *Let's Talk iPhone*; es la keynote de otoño de Apple y todos esperan conocer el nuevo equipo. Nos presentan a Siri, un “asistente personal” que a través de diálogo podía realizar tareas básicas como abrir apps, buscar en internet o marcar a algún contacto en el teléfono... cosas “pequeñas”.

Seis años han pasado y Siri es sólo una de las múltiples opciones disponibles: *OK Google* (Goo-

gle), Cortana (Microsoft), Alexa (Amazon) y los que se acumulen mientras lees esto; una evolución que ha impactado cómo interactuamos con nuestros dispositivos en un evidente esfuerzo por relacionarnos con la tecnología de forma más orgánica, más humana y sin fricciones.

Ya hay películas de esto, sólo tenemos que recordar la exitosa *Ella* de Spike Jonze protagonizada por Joaquin Phoenix y Scarlett Johanson, la asistente personal en su dispositivo. Una historia de amor futurista de un hombre solitario que se enamora de esa voz que lo acompaña a todas partes, que puede responder complejas preguntas e incluso dar sentido a su existencia.

De fondo está la Inteligencia Artificial (IA) que se define como la disciplina cuyo objetivo es emular algunas de las facultades intelectuales humanas en sistemas artificiales, entender la naturaleza de la inteligencia a través del diseño de sistemas computacionales que la exhiban. Básicamente, mecanismos que sean capaces de realizar procesos “cognitivos” que hasta ahora han sido monopolizados por el cerebro humano.

Sin entrar en discusiones filosóficas o apocalípticas (todos hemos visto Terminator) la presencia de estos agentes de IA impactarán cada vez más la vida de las personas a través de las ta-

¿Qué tanto estás dispuesto a sacrificar privacidad por tener todo lo que necesitas con sólo decirlo?

© iStock

reas que consideramos mundanas: “Siri ¿cómo se prepara un flan napolitano?”, “OK Google ¿cómo llego a avenida Coyoacán 1625?”, “Cortana, toca el nuevo disco de Taylor Swift”, “Alexa, cómprame el nuevo libro de Walter Isaacson”... estamos frente a un mundo donde sólo con pedir, el contexto (los dispositivos, las máquinas) accionan.

Un motivador clave es el consumo, donde Alexa (de Amazon) es el más claro ejemplo. A través de sus dispositivos (Kindle, Echo) podemos pedir a la Everything Store cualquier cosa imaginable: un libro, un videojuego, una televisión, un mantel, shampoo, una playera, herramientas ... lo que sea que tenga el gigante de internet disponible en su catálogo.

En el caso de los demás asistentes podemos pedir servicios (“Siri, pide un Uber a mi ubicación”,

“Ok Google, muéstrame opciones de Airbnb en San Miguel de Allende”); un *concierge* que no sólo sabe qué nos gusta y qué necesitamos, sino cómo conseguirlo. Y esto mejorará con el tiempo.

Yo en lo personal suelo dictar a Siri mensajes, pedirle que marque el número de algún contacto, que me recuerde pendientes laborales y personales, que toque alguna canción que me gusta o que me diga el marcador del partido de mi equipo favorito cuando no estoy frente a una pantalla; a diferencia de *Skynet* (la obligada referencia a Terminator) lo que tenemos hoy —literalmente entre manos— parece más orientado a facilitar nuestras vidas, incrementar nuestro conocimiento y mantenernos en contacto con lo importante.

Personalmente aún no compro a través del asistente (me encargo de eso personalmente vía apps como la de Amazon) pero sé que sólo falta una excusa, un empujón para que esto se integre de lleno a mis hábitos.

Mi deseo ante todo es que comprendas que esta tecnología será mediadora en la relación de las personas con marcas y retails; cuando necesites hacer una compra —de lo que sea— estos asistentes seleccionarán las mejores opciones: compararán precios, buscarán la sucursal (o lugar de recolección) más cercano, mostrarán las opciones mejor rankeadas por los usuarios (o con las que Google, Apple, Amazon, Microsoft o Facebook tengan un acuerdo), entre otras muchas variables.

Cuando la Inteligencia Artificial compre por nosotros, será muy importante para las marcas estar cerca de ella, digitalmente presentables y competitivas en todo sentido. Por eso, pregúntate si estás listo para aprovechar esta oportunidad en lo personal, lo profesional y lo comercial.

Ok Google, guarda el documento y mándalo a la redacción... 📄



CUANDO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

compre por nosotros, será muy importante para las marcas estar cerca de ella, digitalmente presentables y competitivas en todo sentido.

FUENTES:

- James Vincent, “Facebook’s head of AI wants us to stop using the Terminator to talk about AI”, The Verge. <https://www.theverge.com/2017/10/26/16552056/a-intelligence-terminator-facebook-yann-lecun-interview>
- Eric Johnson, “Should I be worried that Amazon knows so much about me?”, Recode. <https://www.recode.net/2017/11/3/16600658/amazon-privacy-alexa-shopping-search-hardware-key-camera-jason-del-rey-too-embarrassed-podcast>
- Scott Rosenberg, “Voice assistants aren’t so easy to fire”, Wired. <https://www.wired.com/story/voice-assistants-arent-so-easy-to-fire/>
- Raúl Benítez, Gerard Escudero, Samir Kanaan, David Masip Rodó, “Inteligencia artificial avanzada”, Editorial UOC.
- “¿Qué es la Inteligencia Artificial?”, ITAM.