

APLICACIONES VAN DESDE SERVICIO AL CLIENTE HASTA ENTRENAMIENTO DE PERSONAL:

Los avances y dilemas en el desarrollo y uso de humanos sintéticos

Estos avatares digitales altamente realistas pueden ser dotados y personalizados con más de 100 rasgos y reacciones propias del ser humano, interactúan en distintos idiomas y recuerdan conversaciones sostenidas con usuarios. Su mercado y uso está creciendo rápidamente, eminentemente en áreas de márketing y estudio del comportamiento de consumidores.

NOEMÍ MIRANDA G.

Al entrar a la página de UneeQ Digital Humans, se despliega una ventana y un rostro amigable pregunta al usuario en qué puede ayudarle. Se trata de Sophie, una asistente que —tras analizar la configuración del navegador que se usa— cambia rápidamente el idioma en el que se comunica. Al conversar con un visitante en español y recibir la sugerencia de mejorar su pronunciación, Sophie agradece el *feedback* y prosigue en inglés.

Si bien sus movimientos delatan su origen digital, sus gestos y respuestas muestran cuán cerca está la industria de dotar de rasgos hiperrealistas a los humanos sintéticos o humanos digitales, un campo de rápido crecimiento y cuyo mercado, según la consultora Globant, pasará de US\$ 5.590 millones en 2023 a US\$ 67.540 millones en 2032.

Los humanos sintéticos están siendo usados hoy en áreas como el servicio al cliente, márketing, asistencia en el reclutamiento y servicios de entrenamiento, pero se espera que en algunos años, versiones más sofisticadas ayuden en rubros como la educación o la salud, respondiendo dudas de pacientes o apoyando la detección temprana de síntomas de riesgo.

Entre los principales desarrolladores se encuentran la mencionada UneeQ Digital Humans, que crea asistentes para el comercio *online*, la banca, salud, reclutamiento y hasta municipios: “Los humanos digitales son interfaces inteligentes que ayudan a los residentes a encontrar la información correcta, en su idioma, al mismo tiempo que ayudan con las limitaciones de personal”, señala la empresa.

Soul Machines, en tanto, desarrolló Iris, una asistente que orienta a

los pasajeros en el aeropuerto internacional de Dallas-Fort Worth indicándoles dónde encontrar servicios y puertas de embarque, entre otros datos. La empresa D-ID, por su parte, crea avatares basados en personas reales para que estas los usen como reemplazo al hacer videos, pensando eminentemente en creadores de contenidos. Mientras que Synthesia, aunque ofrece un servicio similar, lo dirige a la capacitación de personal: a la aplicación de la compañía se sube un documento o presentación y el sistema lo convierte en un video; el usuario puede luego seleccionar entre más de 200 humanos sintéticos que automáticamente adaptarán su tono al hablar y sus movimientos al contenido que comunicarán.

EL RIESGO DE IMITAR LAS EMOCIONES HUMANAS

Ahora bien, aunque las personas parecen preferir la interacción con estas creaciones, los nexos que se pueden generar conllevan beneficios, pero también riesgos éticos. “Los humanos sintéticos representan una frontera tecnológica con amplias posibilidades. Podrían, por ejemplo, acompañar a personas en situación de soledad extrema, a las que se podría ofrecer compañía interactiva y personalizada”, comenta Gabriela Arriagada, académica del Instituto de Éticas Aplicadas y del Instituto de Ingeniería Matemática y Computacional de la Universidad Católica. Agrega que, incluso, podrían facilitar la inclusión social de personas con discapacidad.

Sin embargo, advierte la experta, hay una delgada línea entre hacer esto de manera responsable y caer en el terreno de

dilemas éticos importantes: la habilidad de los humanos sintéticos para aprender a través del procesamiento de lenguaje natural e imitar emociones de manera convincente podría hacer que las personas comiencen a olvidar que interactúan con una inteligencia artificial, y llegar a generar dependencias que pudiesen poner en riesgo el bienestar psicológico de los usuarios.

Además, como sucede con toda tecnología, el uso excesivo puede alterar la forma en que hasta ahora se relacionan los seres humanos. La normalización de interacciones basadas en simulaciones podría reducir la calidad de las relaciones sociales, apunta la académica.

Junto con esto, es indispensable saber qué se hace con los datos que

los asistentes digitales recaban y cómo se preserva la privacidad de los usuarios, lo que apunta a hacer transparente el verdadero uso que las compañías están dando a estas creaciones y a la información que obtienen.

Una de las áreas de debate más importantes, no obstante, tiene que ver con los sesgos, indica Arriagada. Los sistemas de inteligencia artificial no son neutrales y reflejan los valores y culturas de los desarrolladores, a veces sin que estos se den cuenta. Esto podría perpetuar estereotipos y excluir, reducir o eliminar, por ejemplo, la diversidad en un proceso de reclutamiento.

Con todo, los humanos sintéticos podrían ser creados con un diseño inclusivo en la base de su funcionamiento: “En ese sentido, podrían llegar a ser una excelente herramienta educativa que promueva valores de diversidad y equidad, incorporando múltiples idiomas, dialectos y comportamientos culturales. El desafío, entonces, es responder la pregunta de para qué queremos contar con estas creaciones. En esa reflexión podremos encontrar soluciones que permitan seguir desarrollando tecnología en pos del bien social”, concluye Gabriela Arriagada.

SOPHIE, LA ASISTENTE DIGITAL DE UNEEQ DIGITAL HUMANS, acompaña al usuario por las distintas secciones de la web de la empresa, explicando qué contenidos es posible encontrar, entre otras cosas.



UNEEQ DIGITAL HUMANS