

RSE Y RRLL

IA, Trabajo, Presente y

Futuro

Prof. Adj. Mag. Carlos DELASIO

Rebeca Hwang (Argentina, Ingeniera, Executive Education Certificate en Harvard Kennedy School, Doctora en Filosofía en Stanford, Ingeniera Civil y Ambiental en MIT)
Garbuski (Físico UBA, PHD en Ciencia de Materiales por el MIT) *et al.*

Fear of Missing Out (temor de perderse algo)

- Ocurrió un fenómeno nunca visto: 100 millones de usos en el 1er día de ChatGPT contra 2 años, que era lo que llevaban las otras aplicaciones "rápidas". **Eso sucedió el 30.11.22. Literalmente el mundo cambió.**
- Hay un antes y un después de esa fecha. Hubo un cambio en la relación e interacción de los hombres y las máquinas.
- Antes, la comunicación era dificultosa, a través de comandos, lenguajes que debíamos aprender. Hoy podemos conversar con una computadora sobre lo que queremos que haga.
- Ahora tenemos interacción frecuente y la computadora **APRENDE.**
¿Quién está en control?

- Culturalmente las máquinas pasaron a ocupar otro lugar. Antes eran **HERRAMIENTAS** ahora son **ASISTENTES**.
- Para la **generación Z** una interacción de pares no asusta tanto, hacer su vida a través de una aplicación no les resulta traumático.
- La IA hace que uno empiece a hablarle al ChatGPT, ahí hay un cambio cualitativo importante.
- El computador pasó de medio a acompañante o contraparte en lo que hacemos.
- **Tal vez lo que más preocupa es cómo va a evolucionar la interacción humana *per se*.**
- **Según Rebeca Hwang la IA llegará a ser el equivalente a una REVOLUCIÓN INDUSTRIAL.** Sin embargo, le quita el tinte negativo. **“Tenemos la oportunidad de definir la narrativa”, dice.**

- Las tecnologías hasta hace unos meses apuntaban a tareas repetitivas fundamentalmente, pero esta nueva generación de IA apunta más a la “yugular”, **a la esencia de lo que nos hace humanos, a la capacidad de resolver problemas (¡¡¡se meten con nuestra humanidad!!!).**
- **La IA comienza a meterse con nuestros sentidos principales: ¡¡¡por ejemplo, ya ve mejor que nosotros!!!**
- No sería nada delirante pensar que eso podría pasar a corto plazo con los otros 4 sentidos.
- Un problema para los docentes: ¿cómo vamos a evaluar a nuestros alumnos? Seguramente a través del análisis, la lógica, la creación de escenarios. Ya no a través de la memoria o la información.
- Rol docente: No será la transposición didáctica, la transmisión de información.

- Sigue... Rol docente: Encontrar los atributos de los estudiantes, sus competencias y enseñarlos a “venderlos” al mundo.

¿Y LA CREATIVIDAD?

- Ya no es suficiente que seas el mejor estudiante de tu cohorte.
- **Hay una redefinición de la creatividad humana en una era de la IA.**
- La creatividad se modifica y se transforma en **CONEXIÓN DE EMOCIÓN.
TRANSMISIÓN DE EXPERIENCIA HUMANA.**

▪ IDEAS FUERZA

- Desmitificar la creatividad como el concepto de la creación de ideas, o de la permutación de ideas a nuevas combinaciones, eso ya no es creatividad, **eso es GENERACIÓN DE CONTENIDO.**
- La creatividad humana va a estar basada en **CONEXIÓN DE EMOCIÓN**, es de alguna manera transmitir que mi creación se basa en una **EXPERIENCIA HUMANA**. Y poder transmitir esa experiencia humana para que mi interlocutor – público pueda sentir familiaridad con una experiencia conjunta.

ANÉCDOTA

- El productor de música Fernando Garibai, produjo entre otros a Shakira, Enrique Iglesias y Lady Gaga. Él creó muchos algoritmos en términos de las canciones que tienen mucho éxito y tiene una metodología para crear canciones que emocionen y tengan éxito. Dice: el artista tiene que estar emocionado, y tiene que ir a un lugar de dolor. Él genera microtraumas que genera durante el proceso de creatividad, donde el contenido viene de un lugar profundo. (por ej. El estudio es totalmente blanco, sin cuadros y lleva al artista a microdisparadores para emocionarlo).
- Comentario: tal vez haya algo de sadismo, pero "saca" lo más profundo del artista, que son personas *per se* muy sensibles.

- **Supuesto subyacente:** el mayor problema de la IA es generar **EMPATÍA**. **La creatividad sin EMPATÍA no es creatividad.**
- También depende de las **NARRATIVAS que muchas veces están teñidas de intereses** o son lisa y llanamente ignorantes. Así han surgido posiciones de tono apocalíptico y otras de tipo expansivo y generativas.

Recordemos el cuento de Jorge Luis Borges: "Funes el Memorioso". A priori, todos quisiéramos ser como Funes, parece ser la situación ideal, pero Funes tenía un gran problema: "la priorización". Como recordaba todo, los recuerdos se agolpaban y eso le impedía decidir.

Antes tener un recuerdo significaba algo, pero ahora es muy difícil priorizar, cuando todo es accesible.

Funes no podía ser sabio.