

Cuando la inteligencia artificial es quien habla

Es frecuente que tecnologías basadas en inteligencia artificial lleven a cabo procesos comunicativos en empresas y administraciones públicas. Entendemos este proceso desde algunas de las teorías de la comunicación, con el consiguiente impacto organizativo.

No se puede imaginar una organización empresarial sin comunicación. El sociólogo alemán Niklas Luhmann situaba a la comunicación como la base de los sistemas organizativos, como son las organizaciones empresariales. Ciertamente una empresa no se entiende sin sus procesos comunicativos. Procesos que van desde el *marketing* y la comunicación institucional, a los procedimientos para organizar la producción entre los departamentos, las reuniones con clientes, las normativas internas, los flujos económicos externos e internos de la organización o las conversaciones, profesionales o no, entre compañeros.

En los últimos años las tecnologías de procesamiento del lenguaje natural, un tipo de inteligencia artificial, están demostrando cada vez mayores capacidades generando impacto en los medios de comunicación y en la sociedad. El ejemplo más reciente de ello es ChatGPT, basado en el modelo de procesamiento de lenguaje natural GPT-3o Whisper. Ambos sistemas desarrollados por OpenAI. La primera permite mantener conversaciones con una inteligencia artificial con un alto grado de semejanza a la que se podría mantener con un humano. La segunda está especializada en el reconocimiento del lenguaje, siendo capaz de transcribir con gran precisión conversaciones en diferentes idiomas.

Estas nuevas tecnologías tienen ya un impacto en la organización empresarial. En una fase anterior a la de la revolución que está suponiendo esta nueva era de oro de la inteligencia artificial, ya observamos la proliferación de los sistemas de IVR, *Interactive Voice Response* por sus siglas en inglés, con los cuáles es habitual interactuar a la hora de tratar de ser atendido por los centros de atención telefónica de las compañías. Pero otros muchos de los procesos comunicativos propios de las organizaciones empresariales están siendo automatizados con las nuevas tecnologías de procesamiento del lenguaje natural.

Un ejemplo de lo anterior pude experimentarlo mientras buscaba en Internet un crédito al consumo para comprar un coche. Al poco de realizar la búsqueda recibí un correo electrónico de un banco ofertándome un crédito. Al ignorarlo por su elevado tipo de interés recibí otro correo, poco después y de la misma entidad, ofertándome otro crédito con mejores condiciones. Yendo al enlace que me proponía terminé los detalles y un contrato con vinculación legal. Todo ello sin intervención humana por parte del banco, pero en todo ese proceso, incluyendo la firma del contrato, se está produciendo un acuerdo, una cooperación en el sentido de Grice, entre banco y yo.

Muchos de los procesos comunicativos propios de las organizaciones

empresariales están siendo automatizados con las nuevas tecnologías de procesamiento del lenguaje natural

La automatización de procesos a la hora de comunicar dentro de una organización es otro ejemplo de ello. Una herramienta que tenga capacidad para comunicar a dos departamentos entre sí con un mensaje ante un determinado suceso. O cuando una plataforma de *big data* obtiene una conclusión sobre un conjunto de datos y posibilita a un área una comunicación gráfica de los mismos a la dirección de la organización. En el pasado estos últimos necesitaban plantillas mucho más numerosas para poder abordar conclusiones sobre datos similares y realizar una actividad de ordenación y presentación de resultados. Esa parte de su actividad comunicativa queda realizada por la plataforma de *big data* y su capacidad de poder detectar patrones, extraer conclusiones o aprender de casos pasados.

Hay que tener en cuenta que lo primero que se automatizó mediante las nuevas tecnologías de inteligencia artificial fue el propio trabajo de los programadores. Antes de la posibilidad del uso de redes neuronales profundas y otros algoritmos respaldados por las nuevas capacidades de cómputo, era necesario un número elevado de desarrolladores de código que llevasen a cabo los llamados sistemas expertos, muchas veces a base de sentencias lógicas elementales del tipo «IF...THEN».

Parece, por tanto, que estamos ya inmersos en un proceso en que la comunicación de las organizaciones humanas no la realizan ya exclusivamente colectivos o individuos humanos, sino que la comunicación de los departamentos de análisis, los agentes bancarios o las atenciones al cliente cada vez están sustituidas, en mayor o menor medida, por sistemas de inteligencia artificial. Esto tiene un impacto evidente sobre el empleo y la forma en la que trabajamos, pero para comprender con mayor profundidad este impacto conviene entender mejor de que hablamos cuando nos referimos a comunicación.

Al respecto de esta pregunta, John Searle¹ desarrolló, junto a su maestro John Langshaw Austin, la Teoría de los Actos de Habla. Mediante esta teoría postularon que hablar, lejos de ser algo vinculado a lo ficticio o directamente virtual como solemos categorizar a todo lo que sucede en el medio de comunicación que es Internet, equivale a actuar sobre el mundo. Cuando hablamos llevamos a cabo una acción que tiene consecuencias, ya sean esta en la forma de enunciar un determinado hecho (actos locutivos), establecer un compromiso legal (actos ilocutivos) o amenazar o sorprender a nuestro interlocutor (actos perlocutivos).

John Searle es también conocido por el experimento mental de la habitación china mediante el cual trataba de refutar que superar el Test de Turing no significa necesariamente que una máquina tuviese consciencia. Porque para Searle, comunicar (que para él implica actuar) no significa únicamente mandar mensajes, sino también que existe un estado consciente, una intencionalidad en términos de filosofía de la mente, en el emisor del mensaje. Searle trataba de mostrar con este ejemplo que se puede tener una interlocución capaz sin que exista consciencia en la habitación china, pues esta no se encuentra ni en quién escribe los caracteres sin saber qué hace, ni en los manuales de instrucciones, ni en la combinación de ambos.

Pero entonces, ¿está comunicando una organización empresarial cuando establece un compromiso legal a través del ejemplo del crédito que hemos visto anteriormente? Si la comunicación la realiza un ser humano es ese el caso, ¿pero no lo es si la realiza una máquina? ¿Tiene menos validez el contrato por ello?

La solución a esta pregunta la encontramos en el propio Searle por medio del concepto de «intencionalidad colectiva». La intencionalidad colectiva se produce en grupos de personas cuyos miembros son conscientes de estar trabajando conjuntamente de manera coordinada y distribuida. Son estas organizaciones las poseedoras de esta intencionalidad, respaldada por las mentes de cada uno de los *stakeholders* de las mismas involucradas en la acción, o, para este caso concreto, en el acto de habla. Hablaríamos en este caso de actos de habla colectivos, realizados por una organización. Un buen ejemplo es la redacción de una ley o una norma por parte de un órgano colegiado.

Sin embargo ¿cómo entra en este esquema la inteligencia artificial? Entra como canal de comunicación, como una herramienta del colectivo humano depositario de esta intencionalidad y que hace uso de ella. La inteligencia artificial *per se* carece de esta intencionalidad, al menos la basada en la tecnología que poseemos hasta la fecha, pero sí tiene la capacidad de enviar mensajes alineados con la intencionalidad comunicativa de la organización que la respalda, que en caso de no ser así no podríamos hablar de comunicación.

El valor de nuestras mentes radicará en la intencionalidad

¿Qué implicaciones tiene esto tanto en el concepto de lo humano como en lo profesional? Por un lado que el empleo del lenguaje, al igual que en su día el cálculo numérico, el ajedrez, la percepción de los sentimientos del otro o la creatividad artística está dejando de ser patrimonio exclusivo de lo que considerábamos “lo humano”. Pero hoy en día, y no es previsible que esto cambie en mucho tiempo, la intencionalidad, que es el estado consciente en que se orienta nuestra mente hacia el mundo, no parece recreable por medios técnicos, por lo que seguiremos siendo por mucho tiempo imprescindibles para una auténtica comunicación... aunque sea canalizada por inteligencia artificial.

Por supuesto, pensando en el empleo del presente y del futuro, serán necesarios profesionales que desarrollen, integren, mantengan y entrenen en sus funciones de habla a la inteligencia artificial. Pero en lo relativo a la comunicación, la parte esencial de toda organización humana, el valor de nuestras mentes radicará en la intencionalidad. Es decir, hacia donde y en qué contexto queremos orientar las acciones de nuestra comunicación. Del mensaje y del cómo se encargará la inteligencia artificial con la que, al menos en el plano organizativo, ya estamos hibridados.

Niklas, L. (1998): *Complejidad y modernidad: de la unidad a la diferencia*. Madrid, Editorial Trotta.

Searle, J. (1969): *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge, Cambridge University Press.

Harari, Y. N. (2011): *Sapiens: A brief history of humankind*. Barcelona, Debate.

Searle, J. (2010): *Making the social world: The structure of human civilization*. Oxford, Oxford University Press.