



Buena pregunta

Velocidades



ÁLEX
Rubio*

El 30 de noviembre ChatGPT cumplirá su primer año de vida. Un año lleno de avances inimaginables, que para muchos se acumulan como libros sin leer en un estante esquinero. Porque lo cierto es que a día de hoy, pese a su efervescente popularidad, sus funcionalidades, capacidades, límites o tipos de empleo siguen siendo una incógnita para la gran mayoría de profesionales y empresas para los que se concibió esta poderosa herramienta, tan representativa de la inteligencia artificial generativa que ha irrumpido con fuerza.

Como en tantas otras ocasiones en el pasado, la tecnología lo ha vuelto a hacer: evoluciona mucho más rápido de lo que se comprende, muta antes de que se introduzca en el tejido empresarial y, cuando por fin se llega al punto de encuentro entre el mundo del desarrollo y el del negocio, cuesta despegarlo de la etapa endogámica donde ha vivido acurrucado durante su fase inicial.

El reto no es fácil tampoco para quienes nos dedicamos a traducirlo en aplicabilidad hacia las empresas, interpretando sus múltiples opciones a nivel de márketing, comunicación, productividad, predicción o análisis. Con la IA el tiempo circula a otro ritmo, con un sinfín de novedades, cambios y giros de guion, no ya de secuencia dia-

El 30 de noviembre ChatGPT cumplirá su primer año de vida lleno de avances inimaginables

ria, sino de franjas horarias. Sin ir más lejos, esta semana la tecnológica propietaria de ChatGPT, Open AI, ha anunciado el modelo GPT-4 Turbo, que dará una nueva velocidad a la interpretación de datos y generación de contenido. También otras orientadas a frenar la corriente en ventanas recién abiertas, como la de los derechos de autor. Y, por si no fuera poco, además algo que amenaza con -volver a- cambiarlo todo: los ChatGPT personalizados. Cuando el chat de IA generativa sople las velas de su primer aniversario, la mayoría de sus usuarios podrán crear modelos de ChatGPT propios con fines específicos, pudiendo entrenar a un modelo para que sea capaz de ayudarles en una labor totalmente individualizada. Y, además, ganar dinero por ello, poniéndolo al alcance de cualquiera en la tienda *on line* común en la aplicación. Será, tal vez, el comienzo de la visión de la IA alejada de los miedos y frenos iniciales, el momento en que seremos conscientes de que no ha venido a sustituirnos, sino que este conjunto de herramientas han llegado para potenciarlos. Para permitirnos centrarnos en lo que, a nuestra velocidad, aún solo sabemos hacer los humanos. ≡

***Director y Chief Strategy Officer de Twelfthundred. Profesor de la UJI**