

Cómo la tecnología impacta en nuestro entorno



PALOMA MUÑOZ BAENA // INGENIERA DE MINAS, EXPERTA EN INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Del recuerdo añorado al carrito infinito de los teléfonos inteligentes. Esto fue en gran cambio, y todos los que están por venir son emocionantes y vibrantes. Pero se mantendrá intacta nuestra capacidad para gestionar y utilizar la emoción y reflexión según el contexto, ingredientes básicos del pensamiento crítico, la resolución creativa de problemas, la comunicación efectiva/afectiva, el aprendizaje adaptativo y el buen juicio.

Cuando la Inteligencia Artificial (Big Data) necesita del Design Thinking (Small Data). La inteligencia artificial reemplazará el trabajo rutinario, repetitivo, y predecible. Es comúnmente definida como la capacidad de una máquina de imitar las funcionalidades cognitivas de la mente humana como el aprendizaje y la resolución de problemas. En general será capaz de imitar cualquier situación que requiera percibir el entorno y tomar las acciones necesarias para maximizar resultados.

Diremos que uno es “una bella mentira” y el otro “una triste realidad” pero antes de daros mi visión, me gustaría dar unas pequeñas pinceladas acerca de cada uno de estos conceptos.

El Design Thinking es una metodología (nada novedosa, por cierto) que aprovecha al máximo el “Small Data”. Es decir, se utiliza para generar ideas innovadoras y busca la eficiencia para entender y dar solución a las necesidades de los usuarios. Ofrece datos orientados a lo cualitativo y aporta pequeños “insights” que nos ayudarán a descubrir oportunidades y convertirlas, por ejemplo, en servicios innovadores. Pero para ello, nunca debe faltar en un pensamiento de diseño estos cinco pasos: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.

La inmersión propia o con el cliente genera datos muy valiosos que se transforman en ideas. Digamos que estas ideas harán de guía para los equipos para generar soluciones. Y es que las personas ofrecen puntos de vistas tan disruptoras como experiencias hayan vivido.

Jeanne Liedtka explicaba, en su artículo de 2018 “Why design thinking works” para Harvard Business Review, que el design thinking tiene el potencial de potenciar las energías creativas de las personas y así mejorar los procesos.

El “Big Data” y la analítica nos ayudan a entender comportamientos y extraer patrones predictivos a gran escala. Según Gartner, “los responsables de datos y análisis

“UNA BELLA MENTIRA (POR AHORA) ES LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PORQUE NO PODRÁ VIVIR NUNCA SIN EL DESIGN THINKING”

que comparten datos de forma externa generan tres veces más beneficios económicos medibles que aquellos que no lo hacen.”

Dicho esto, ¿Por qué digo que uno es “una bella mentira” y el otro “una triste realidad”?

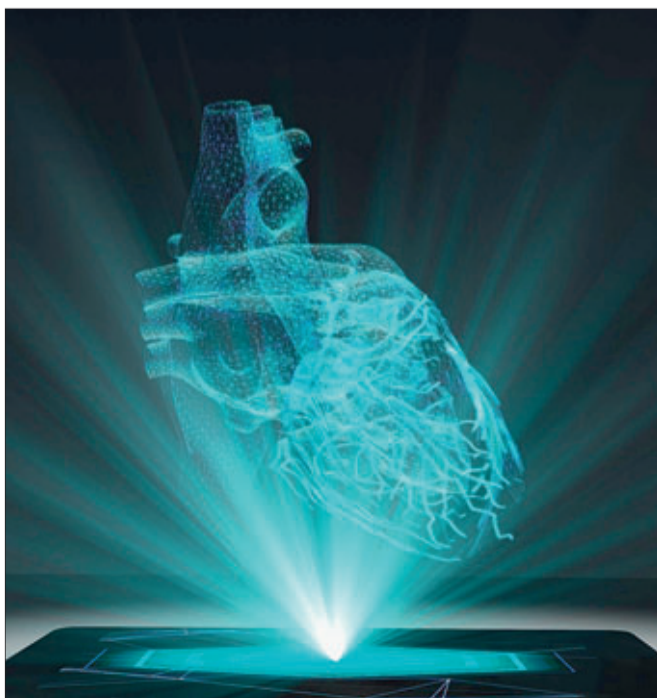
Una bella mentira (por ahora) es la inteligencia artificial porque no podrá vivir nunca sin el Design Thinking. Podrá crear patrones, podrá ayudarnos en la toma de decisiones, pero nunca romperá tan drásticamente con lo preestablecido como lo puede hacer la mente humana.

Una triste realidad es el Design Thinking. No todas las organizaciones son capaces de ver la necesidad de apoyarse en esta herramienta. Vuelcan todos sus esfuerzos en implantar, por ejemplo, Inteligencia Artificial y se olvidan de que tan necesaria es una como otra.

Aparentemente dos mundos que parecen diferentes son los mayores conectores e integradores de ideas. Pero como bien puntualiza Gartner, la presencia de IA [inteligencia artificial] resaltará tres habilidades inherentes al trabajador humano: empatía e insights humanos, trabajo colaborativo y creatividad.

Ahora la pregunta que está surgiendo es cómo combinar este método que se nutre de áreas del conocimiento como la psicología o filosofía con tecnologías exponenciales como la IA.

Aparentemente dos mundos que parecen diferentes son los mayores conectores e integradores de ideas, es lo que no debemos de olvidar. El mundo se ha convertido en el gran desconocido, pero el talento transversal a todos los sectores será tan necesario como imprescindible en los próximos años.



Las “no competencias” de la transformación digital. Compartir ilusión con un equipo que te explica sin mirar el reloj y que trabaja con máximo cuidado, ¡no tiene precio! Pero también hay que tener cuidado con otros perfiles que parecen, pero no son. Los perfiles mediocres. No hay adjetivo o nombre peor en este mundo que ser mediocre. No se es ni bueno ni malo, no se es nada. Ni siquiera lo intentas, pero ni para un sitio ni para otro. Entran y persisten, dejándose llevar en ese bucle de mediocridad infinito. Y lo peor, es serlo y no reconocerlo. Aunque peor el resto, por no verlo o querer verlo. Que me sale un pareado sin buscarlo ni evitarlo. Porque no lo están haciendo bien con los compañeros de equipo y afecta a cualquier tipo de proyecto. Mediocre, punto. No tienes éxito ni para llevar adelante tus objetivos con determinación ni para reconocer que has tenido un fallo o que no eres capaz o que te falta formación o que eres mucho menos útil ahí y si a esto se le añade que van acompañados de una no verdad o con omisión de ella, el desastre es inmenso.

Porque omitir una verdad, es una mentira. Porque como decía Nietzsche, “no es que tú me hayas mentado, lo que me ha hecho realmente estremecer es que yo ya no te crea”. Que quien quiere engañarse es libre, pero libre también es ser mediocre, ellos miran “su drama” pero jamás serán capaces de ver las estrellas.

La inteligencia artificial nunca me aportará el conocimiento necesario para conocer las percepciones e intuiciones sobre procesos o llegar a percibir perfiles como estos, ni me dará luz sobre qué decisión tomar si no conozco de base cómo funciona algo. ¿Cómo tomar una decisión estratégica en base a la IA desde el desconocimiento de base?

Como dice nuestro paisano Joaquín (Sabina), “Este adiós no maquilla un hasta luego. Este nunca no esconde un ojalá. Estas cenizas no juegan con fuego (...)”. ¿pensaría así una IA. en algún momento? La mediocridad no va adherida a los ánimos, ni a la autoestima, ni es cuestión de etapas. Los mediocres en las empresas y cómo evitarlos o dejarlos, es un dilema.

Los coches autónomos. La “inmoralidad” del coche autónomo. ¿A quién salvará la vida? ¿Decisión de la IA o nuestra? Tomar decisiones es parte de conducir. ¿qué pasará cuando lo haga la máquina? La Máquina Moral, creada por el MIT [Instituto de Tecnología de Massachusetts] junto con otras universidades, nos lleva ante la paradoja o realidad

de lo que será la conducción autónoma. El objetivo de esta plataforma es recopilar una perspectiva humana sobre las decisiones morales que tomarán las máquinas.

No viviremos (o sí) en “el mundo feliz” de Aldous Huxley donde la humanidad, en constante felicidad, se rodea de utopía y tecnología, pero sí conviviremos con la IA.

La inteligencia artificial es, y será, nuestra gran aliada. En algunos casos tendremos que darle directrices además de volcar datos. ¿Cómo programaremos un vehículo autónomo? Si un coche autónomo se salta un semáforo en rojo por error y tiene la opción de chocarse con una pared hiriendo a los ocupantes, o herir a los peatones mientras salva a los ocupantes ¿Qué hará? Si los coches autónomos comienzan a usarse, en algún momento fallarán y tomar una decisión será parte de ellos. ¿O pensáis que sencillamente fallarán sin tener que tomar una decisión?

La tecnología cotidiana. Cuando nos produce la misma ansiedad la batería de nuestro “smartphone” como la del coche eléctrico. ¡Colapsamos! Se agotan y nosotros con ellas por el estrés generado. Duran lo justo para hacer el viaje digital a la red social de turno o el viaje del mes al destino de turno, lo mismo que nuestra paz y tranquilidad ante tal catastrófico hecho. ¿Y qué hacemos? En el caso del coche, todavía poco. En el caso del móvil, correr despavoridos en nuestro “elixir” preciado, ¡la batería externa! Upps, por los pelos! ¡1% y subiendo!

Vivimos con la palabra automatización y yo ya no sé si los autómatas somos nosotros o los robots. Vivimos en la era tecnológica donde “parar” ha dejado de existir. Parar, ¿para qué?

E hilando con un libro de Delibes, “Cinco horas con Mario”, me impactó más la frase del prólogo que el libro en sí: “Cinco horas con Mario. O una vida sin él.”. Lo que viene siendo que puedes pasarte una vida con alguien a tu lado (compañeros de trabajo, amigos, pareja, jefes, etcétera) o trabajando sin parar, pero al final no sirve para nada porque no te detienes a disfrutar de lo aprendido o cambiar el rumbo de tu presente, que será el mañana que quieres.

Quizás solo pases “cinco horas con Mario” pero las suficientes como para darte cuenta de que una vida sin él significa creatividad e ideas llenas de “pausas”. Y tú, ¿sueñas?, ¿o te quita el sueño la falta de tiempo?

“No puedo enseñar nada a nadie. Solo puedo hacerles pensar”
(Sócrates)