

Análisis con Big Data

Grandes Modelos del Lenguaje, con datos de todos y... para todos

Expansión (España)

Álvaro Ortiz

Hace apenas unos años de su origen, y han revolucionado el panorama de la Inteligencia Artificial (IA). Fue en 2017 cuando un grupo de investigadores de Google escribieron su ya famoso “Attention is all you need” sentando las bases de los grandes modelos del lenguaje. Un paso más de la IA generativa con la capacidad de aprender patrones y relaciones entre palabras y frases para predecir texto. Desarrollados originalmente para poder distinguir los diferentes significados de algunas palabras, su uso ya ha trascendido y las últimas versiones tienen un carácter multimodal, integrando texto, imágenes y audio.

Como si de una carrera de Fórmula 1 se tratara: si pestañeas, te los pierdes. Sólo en las últimas dos semanas hemos asistido al lanzamiento de diferentes y mejoradas versiones de Meta, Google y Open-AI que incluyen mejoras tanto en el ámbito de utilización de texto y de video. Sin duda alguna, habrá más, con otras que se extenderán a los cálculos matemáticos y la lógica y características cada vez más similares a la tan perseguida Inteligencia General Artificial (IGA).

¿Y todo eso para qué sirve? ¿Qué podemos esperar de estas nuevas herramientas? Los que ya hayan comenzado a utilizarlas habrán experimentado las oportunidades que ofrecen, no sólo como entretenimiento sino como herramienta muy útil en el mundo laboral, con el potencial de generar ganancias claras de productividad en nuestras actividades diarias. De hecho, los análisis de su utilización apuntan a que casi el 70% de las conversaciones en chats y el 40% de las búsquedas en herramientas desarrolladas con grandes modelos de lenguaje están orientadas a tareas profesionales. Entre ellas, destacan principalmente las realizadas en el mundo de los negocios y la economía.

Los análisis empíricos llevados a cabo, como los de Brynjolfsson y sus colegas de Stanford el año pasado revelan que, ayudados por la IA generativa, la productividad de los trabajadores aumenta cerca de un 15%. Las ganancias crecen además en mayor medida en los trabajadores con menor experiencia y habilidad, mejorando la experiencia del cliente y la retención del empleado.

Estas ganancias dependen muy mucho del sector y el tipo de tareas específicas a desarrollar. En el campo del análisis e investigación económica, las ventajas son múltiples, pero varían sensiblemente en función de las tareas. Anton Korinek, experto en este campo de la Universidad de Virginia, muestra que los modelos de lenguaje natural se han convertido ya en herramientas útiles para la escritura, traducción, búsqueda de fuentes de investigación, análisis de datos, programación y desarrollo de nuevas ideas. La “automatización cognitiva” de las tareas repetitivas ya está consiguiendo beneficios importantes de productividad y a medida que los analistas e investigadores los utilicemos en “código abierto” perfeccionemos las técnicas eficientes de su utilización y mejoremos su ajuste las ganancias de estos modelos serán aún mayores.

Existen razones de peso para aumentar su uso. Las comentadas mejoras ligadas al aprendizaje y el hecho de que, con toda seguridad, lo mejor está por venir. El margen de mejora a medio y largo plazo en tareas relacionadas con el desarrollo matemático y lógico es elevado. Los modelos actuales son, como mucho, desarrollos incompletos de la IGA, el verdadero objetivo de las compañías que están trabajando es estos desarrollos. Aunque no sabemos cuándo y de qué forma se desarrollará, cabe esperar que supere la capacidad humana en muchos aspectos creando múltiples retos incluyendo éticos.

¿Qué consecuencias tendrá su adopción en el mercado de trabajo? Entramos aquí en el terreno más especulativo. Algunos autores como Acemoglu y Restrepo han documentado bien cómo la adopción de los robots industriales tuvo efectos asimétricos, incrementando el empleo en las empresas que adoptaron la tecnología, pero con efectos negativos en las que no innovaron. David Autor, colega suyo en el MIT, se muestra optimista y especula con la posibilidad de que precisamente los grandes modelos de lenguaje son una “herramienta” muy valiosa para restaurar el corazón de la clase media en EE. UU., potenciando las habilidades medias del mercado laboral dañadas por la automatización y globalización.

Será pues urgente implementar políticas digitales inteligentes, que eviten y reduzcan la brecha digital para que las ganancias se extiendan al conjunto de la sociedad. En esencia, modelos con datos de todos... para todos.

AVISO LEGAL

El presente documento no constituye una "Recomendación de Inversión" según lo definido en el artículo 3.1 (34) y (35) del Reglamento (UE) 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre abuso de mercado ("MAR"). En particular, el presente documento no constituye un "Informe de Inversiones" ni una "Comunicación Publicitaria" a los efectos del artículo 36 del Reglamento Delegado (UE) 2017/565 de la Comisión de 25 de abril de 2016 por el que se completa la Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a los requisitos organizativos y las condiciones de funcionamiento de las empresas de servicios de inversión ("MiFID II").

Los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos u opiniones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA en su sitio web www.bbvarresearch.com.

INTERESADOS DIRIGIRSE A:

BBVA Research: Calle Azul, 4. Edificio La Vela – 4ª y 5ª planta. 28050 Madrid (España).
Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00 / Fax: +34 91 374 30 25
www.bbvarresearch.com