



El negocio de mentir

Descripción

Gracias al uso de las nuevas tecnologías podemos convertir la falsificación y las falsas apariencias en un modelo de negocio lucrativo.

Desde pequeños nos enseñan que mentir está mal, que no debemos decir mentiras. Nos dicen que siempre debemos decir la verdad y que la verdad es el único camino para que el mundo sea mejor. Pero nos mienten.

A partir de los 2 a 3 años empezamos a mentir y vamos sofisticando y mejorando nuestra capacidad de mentir. Y la mentira se transforma, en muy poco tiempo, en una herramienta necesaria y poderosa para nuestra supervivencia en armonía.

Todos mentimos y lo hacemos por diversos motivos.

Aproximadamente el 60% de todas las personas suelen decir más de tres mentiras en el transcurso de una conversación cotidiana de 10 minutos (Robert Feldman, Universidad de Massachusetts).

La mentira forma parte de diversos contextos de nuestras vidas. Algunas mentiras nos ayudan a evitar el conflicto, como cuando manifestamos nuestra alegría por encontrarnos con alguien a quien realmente detestamos, pero con el que no queremos enfrentarnos. Algunas mentiras nos hacen sentir mejor con nosotros mismos, como cuando nos decimos que hemos hecho lo que hemos podido ante una situación complicada en la que hemos fracasado. Algunas mentiras buscan proteger a nuestros seres queridos, como cuando le decimos a nuestra hija que su dibujo (abstracto sin que ella sepa qué significa) ha

quedado maravilloso. Y hay muchas otras mentiras que solo nos sirven para hacer el mundo más tranquilo, más controlado, menos complicado. Habitualmente, esas mentiras son fácilmente rebatibles, pero no solemos mostrar interés por destape la verdad, porque ya nos va bien ser ingenuos ante estas situaciones.

Pero también hay mentiras que dañan, como cuando ocultamos un delito o cuando lo perpetramos, cuando tratamos de dañar la imagen o la reputación de otros o cuando tratamos de meter en un problema a un tercero. Quizás esas son las mentiras que deberíamos tratar de desterrar.

Esas mentiras pueden llegar a ser muy sofisticadas, difíciles de desacreditar.

Sin embargo, lo que no solemos pensar, ni en un caso ni, salvo contadas excepciones, en el otro, que la mentira puede transformarse en un modelo de negocio muy lucrativo.

Una de las definiciones que hace la RAE sobre mentir es falsificar algo. También la define cómo inducir a error.

Durante años, la falsificación, la mentira o los falsos testimonios han servido para difundir información falsa que acapara la atención de los ciudadanos. Incluso ha llevado a crear librerías de contenidos, revistas, libros, repletos de falsedades y falsificaciones que han generado pensamientos y falsas creencias a todos los niveles.

Incluso ha sido aprovechando para difundir ideas y crear escuela y adeptos entre la población.

Antaño, la limitación a la que se sometía era espacio-temporal. Ahora, gracias a las nuevas tecnologías, el poder global que tiene la digitalización con internet ha permitido romper estas barreras y reducirlas al absurdo. Hoy podemos poner a rodar una mentira en Barcelona a las 8.00 AM y antes del almuerzo podemos tenerla de vuelta desde el otro extremo del planeta consensuada y reafirmada.

Las Fake News o noticias falsas son el concepto más arraigado a este fenómeno. Estas ponen en jaque la estabilidad social y el futuro de la democracia, al menos eso es lo que entidades como la Unión Europea o la propia Europol teme que suceda.

De hecho, la consultora Gartner anunciaba en su informe de 'Predicciones Tecnológicas para el 2018' que en el 2022 el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas, vaticinando, además, que no habrá suficiente capacidad ni material ni tecnológica para eliminarlas.

Una de las aplicaciones que surgen como desarrollo de la tecnología fake son los “deepfakes”. El término “deepfake” proviene de la unión de “fake” (falso) y “deep learning”, un método de inteligencia artificial que emula la capacidad del cerebro humano para aprender por sí solo.

Se trata de combinar y superponer imágenes y vídeos existentes en imágenes o vídeos originales utilizando una técnica de aprendizaje automático y creando un nuevo contenido falso pero muy creíble. Para ello, el sistema de aprendizaje profundo estudia fotografías y videos de la persona objetivo de suplantación desde múltiples ángulos y luego, imitando sus patrones de comportamiento y habla, genera un nuevo contenido o lo superpone en uno existente.

Una inteligencia artificial reconoce los contornos de personas que se quieren suplantar o falsificar y el entorno donde va a llevarse a cabo la suplantación para crear nuevos contenidos irreales con un alto grado de credibilidad. Así, por ejemplo, tenemos ejemplos de vídeos pornográficos de personalidades que jamás participaron en ellos, videos de personalidades gubernamentales diciendo todo tipo de improperios y hasta declarando la guerra a otros países y todo tipo de cortos de cine en los que el actor principal ha sido cambiado por otro.

El daño que los deepfakes pueden ocasionar es otro de los riesgos a los que los gobiernos están poniendo el foco de atención, en concreto, su versión de bajo coste, que requiere pocos recursos para su falsificación, los denominados cheapfakes. Estos, por su fácil creación, están expandiéndose a gran ritmo en la red y están poniendo en crisis la reputación no sólo de gobiernos y personajes públicos, sino también de corporaciones y todo tipo de entidades.

Aunque el término deepfake nació como una tecnología relacionada con los medios audiovisuales, gracias al uso de la inteligencia artificial han surgido otras variantes, entre ellas la clonación de voz, igualmente peligrosa dado que está permitiendo suplantar a personas que disponen de privilegios de acceso a determinados cargos o bienes, así como para aprobar transacciones o gestiones empresariales que pueden provocar millones de pérdidas.



Imagen de elaboración propia utilizando un software para suplantación de identidad básico

Para combatirlo, puede unirse otra tecnología en la autenticación de contenidos, blockchain, gracias a su capacidad para proporcionar algunos niveles de seguridad, aprobación y validación adicionales al contenido. De esta manera se puede pedir pruebas de la identidad antes de conceder acceso a la creación de contenido.

Otra definición de la RAE sobre la palabra mentir se refiere a fingir, aparentar. En este sentido, las nuevas tecnologías nos abren la puerta a nuevos modelos de negocio antes inimaginables.

Así, la inteligencia artificial está siendo capaz de generar caras de personas que no existen o incluso cuerpos enteros de modelos muy realistas pero que no pertenecen a ningún ser vivo real.

Estos dos ejemplos, lejos de ser una simple curiosidad, abren la posibilidad de “comprar” modelos para anuncios, películas o cualquier otra actividad que requiera disponer de una presencia humana original. Imagine el lector qué sucedería si usted fuera capaz de crear a la futura estrella de televisión o de moda para anuncios publicitarios en todo el mundo. Tal vez tendría a su disposición, en nómina, a uno de los personajes más influyentes del momento y a coste cero.

Por otro lado, gracias al Deepfake, resucitar a actores, rejuvenecerlos o incluso corregir parte de un metraje sin necesidad de tener a los actores a su disposición abre inmensas posibilidades al mundo del cine y la televisión. Piense ahora en su avatar digital de moda del párrafo anterior. ¿Podría incluso ganar un Oscar?

La tecnología Deepfake está compitiendo con la croma y el GCI con grandes avances que prometen dejar fuera de juego a estos últimos en muchas producciones, tanto por su

precisión como por su coste de producción.

¿Tienes usted una PYME? Imagine poder incluir a personajes de renombre en sus anuncios a un coste moderado y sin necesidad de grandes costes de producción en platós y con sofisticados equipos de producción. Claro está, siempre dentro de la legalidad en cuanto al derecho de imagen, pero, al fin y al cabo, de una manera más ágil y económica. Tal vez las agencias de actores puedan disponer de un nuevo nicho de negocio en el alquiler de imagen digital de sus actores sin incurrir en gastos de viajes ni problemas de agenda.

Pero hay otros servicios más peculiares y que podrían rallar en lo moral o romper nuestras creencias y modelos sociales actuales. Uno de ellos es la resurrección digital. Dar vida a los muertos mediante la creación de avatares digitales que emulan a nuestros seres queridos. No podremos tocarlos, al menos no realmente, puesto que la realidad virtual y los sistemas sensoriales pueden permitir la sensación de contacto con todos los sentidos, pero, en cualquier caso, si podremos conversar y disfrutar de más tiempo con ellos.

Ya hay casos reales de resurrecciones digitales de personas que fallecieron y que han sido “clonados” gracias al uso de la inteligencia artificial y las redes neuronales utilizadas para la creación de deepfakes que han permitido a sus seres queridos despedirse como deseaban dado que no pudieron hacerlo en vida. ¿Pagaría usted por hablar de nuevo con un ser amado al que perdió?

Otra posibilidad es la de poder disponer de “otro usted”. ¿Cuántas veces ha pensado que si dispusiera de otro como usted su negocio iría mejor? Puede que la inteligencia artificial le permita crear una copia digital, un gemelo digital, de usted mismo que le ayude en sus tareas o que incluso le sustituya en esas reuniones a las que no puede asistir personalmente, sobre todo ahora que se ha puesto de moda las videoconferencias a todas horas.

Y si está buscando nuevos empleados y no le llegan curriculums de nadie que le guste, tal vez podría encontrar una agencia de empleados digitales dotados con diferentes personalidades adaptables a sus requisitos y dotados de una inteligencia artificial que se ajuste a sus necesidades.

No sólo de personas irreales podemos hablar, también de entornos virtuales que permitan una experiencia más acorde con sus intereses. ¿Para qué gastar dinero en costosas reformas físicas si, con algo de tecnología y unas paredes de que protejan de la intemperie puede usted estar dentro de un Matrix a su gusto? La creación de entornos virtuales, en los que incluso podría disponer de herramientas compartidas, pueden

ayudarle a llevar encima su oficina, su casa e incluso su espacio de relax.

Todos estos casos utilizan la falsificación, la falsa apariencia o la mentira en su máximo grado, siempre con una dosis de aceptación necesaria como para entenderla como un bien. Y si alguien está dispuesto a comprarlo, entonces alguien puede hacer negocio de ello.

Este artículo fue originalmente publicado en la revista ADN Emprendedores