

## DIGITECH

# La batalla de los asistentes digitales

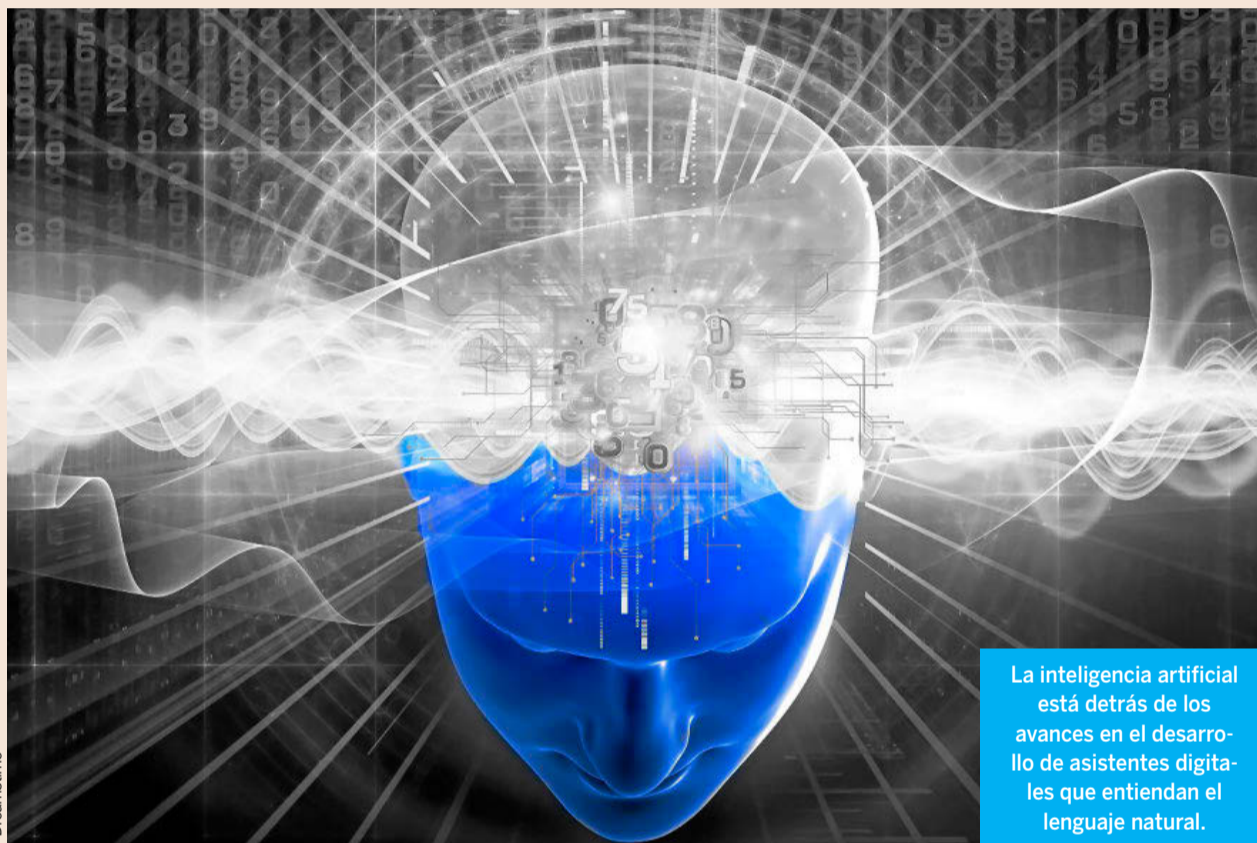
Google compete con compañías como Apple, Amazon y Facebook en el desarrollo de software que permita una interacción más natural e inteligente con la tecnología. **Por Richard Waters (Financial Times)**

La gran apuesta de Google por los ordenadores autodidactas está a punto de enfrentar su prueba más dura. El *machine learning* ha puesto de moda el uso de la inteligencia artificial (IA) en el campo de la tecnología. En el caso de Google, se traduce en utilizar sus recursos informáticos para analizar montañas de datos para identificar tendencias y formular predicciones, desde calcular los anuncios que los usuarios encontrarán más pertinentes a decidir si una imagen digital es un perro o un gato.

“Resuelve problemas que no sabemos solucionar de ninguna otra forma”, declara Jeff Dean, el ingeniero que ha liderado las iniciativas de Google desde que empezó a abordar este campo hace casi cinco años. “Casi 100 equipos de producto de Google aplican ahora esta tecnología”, añade.

El gran producto —y más visible— de esta línea es un asistente digital inteligente cuya finalidad es facilitar una interacción más natural e inteligente entre los usuarios y los ordenadores, basada en el lenguaje natural.

Esta nueva función, conocida como Google Assistant, aparecerá en diversos productos y servicios de Google a lo largo de las próximas semanas, y ocupará un lugar protagonista en las iniciativas con las que la empresa planta cara a sus rivales. Por ejemplo, Echo, el dispositivo doméstico de Amazon, activado por voz; Siri, el asistente intelligen-



La inteligencia artificial está detrás de los avances en el desarrollo de asistentes digitales que entiendan el lenguaje natural.

**El asistente virtual de Google se incorporará en diversos productos y servicios en las próximas semanas**

**El buscador pretende abrir nuevas formas de interacción con los dispositivos informáticos**

**Alrededor del 20% de las búsquedas con Android en EEUU se realizan ya con la voz, según Google**

te de Apple; y Messenger y WhatsApp, los servicios de mensajería de Facebook.

Con estos nuevos planteamientos, el motor de búsqueda confía en que muchas personas estarán dispuestas a probar nuevas formas de interactuar con los dispositivos digitales. De hecho, según Google, alrededor del 20% de las búsquedas realizadas con Android en Estados Unidos se hacen ya con voz.

Los continuos avances experimentados en la calidad de técnicas como el reconoci-

miento de voz, han permitido desarrollar la tecnología hasta tal punto que se encuentra ya lista para el mercado de masas, afirma Dean. Por ejemplo, Google asegura que, a la hora de comprender el lenguaje hablado, su porcentaje de error ha descendido hasta el 8%, incluso en una habitación ruidosa.

La empresa ha llevado a cabo un trabajo notable en áreas como el reconocimiento de voz y la función de traslación de texto a voz, que traduce resultados de búsqueda

a palabras habladas.

No obstante, incluso para Google, pese a su enorme poder informático y sus excelentes ingenieros, la tarea de enseñar a los ordenadores a actuar de forma más natural e inteligente ha supuesto enfrentarse a algunos de los problemas informáticos más complejos.

“Google tiene, sin duda, los recursos necesarios para solucionar, en parte, este problema, pero nadie ha dado aún con la tecla”, declara Tim Tuttle, director ejecutivo de

MindMeld, empresa emergente de inteligencia artificial que está construyendo su propia plataforma “conversacional”.

“Amazon ha adoptado un modelo más cerrado, y está intentando ponerse al día en lo que se refiere al aprendizaje automático”, explica Oren Etzioni, director de inteligencia artificial del instituto de investigación de Paul Allen, cofundador de Microsoft.

Se espera que Google Assistant alcance un nuevo nivel en la comprensión del len-

guaje, y ofrezca pautas más inteligentes: desde contestar directamente a preguntas a guiar a los usuarios en tareas como la búsqueda de un restaurante o la reserva de un vuelo.

Sin embargo, estas altas expectativas han multiplicado, en gran medida, los riesgos. Con frecuencia, los usuarios atribuyen mucha inteligencia a los ordenadores que entienden el lenguaje, con lo que la decepción es mayor cuando los resultados se quedan cortos.

## AGENDA

**27 de septiembre**  
The Valley Barcelona

**Jornada para 'retail'**  
The Valley DBS

¿Es sostenible el modelo de Amazon? Esta es la pregunta sobre la que versará hoy a las 19:00 la jornada ‘Transformación digital en retail’, organizada por la escuela de negocios digitales The Valley.

**29 de septiembre**  
Palacio de la Prensa (Madrid)

**NewVideo Congress**  
NewVideo

Durante la jornada, que contará con la presencia de *influencers* como Jorge Cremades, se analizarán las últimas tendencias de la industria audiovisual y los nuevos formatos de distribución de contenidos.

**29-1 de octubre**  
Santiago de Compostela

**Spin2016**  
Redemprendia

El mundo de la universidad, la cultura y el emprendimiento confluyen en Spin2016, una cita para emprendedores universitarios donde convivirán más de 2.000 asistentes de 20 países y más de 70 ponentes.

**30-1 de octubre**  
Área 31 (Madrid)

**Hackaton Industria 4.0**  
Ennomotive

La empresa de *crowd engineering* Ennomotive, junto con Endesa y Ferrovial, han organizado el primer *hackathon* de soluciones para industria 4.0 de Europa. Contará con 35 participantes de varios países.

**5-7 de octubre**  
La N@VE (Madrid)

**South Summit**  
Spain Startup

La próxima edición de este congreso para emprendedores, inversores y profesionales de la economía digital contará con ponentes como el cofundador de LinkedIn, Allen Blue, o Nolan Bushnell, de Atari.

