

LAZOS

El amor en los tiempos de la inteligencia artificial

Adriana Fanjul

Desde hace tiempo, las tecnologías se enraízan en la intimidad de nuestras vidas. Saben de nuestros gustos y vacilaciones, de nuestras necesidades y preferencias que sin ruborizarnos consultamos en *Google* o le pedimos a *Siri* o *Alexa* que nos lo diga. Lejos quedó la idea de considerar a los universos digitales como distantes; por el contrario, habitamos “universos híbridos”[1] en los que la inteligencia artificial (IA)[2] está presente de forma silenciosa en nuestros actos cotidianos[3] –desde el *e-mail*, los audios 2x de *WhatsApp*, la geolocalización, el *Chat-GPT* y hasta las formas más disruptivas que conocemos como *metaverso*[4]–. La *algoritmi-zación* y digitalización marcan el pulso de nuestros días y comandan las nuevas maneras de hacer lazo incidiendo inevitablemente en los modos que adopta el goce. Transformaciones que no pueden dejar indemne al amor.

Desde siempre, cuando la certeza del amor se impone aspira a la ilusión de que dos puedan hacer uno. Basta recordar el mito del andrógino[5] que atraviesa nuestra cultura y da forma a la idea de complementariedad amorosa (alma gemela, media naranja). Conexión perfecta –para tomar un término más acorde a la época– que alcanza en los avances de las tecnologías digitales un terreno fértil para desplegar y sostener la promesa de producir, a partir de combinaciones de algoritmos, relaciones amorosas “sin fallas” que al ritmo de las pulsaciones digitales permita creer anular el desencuentro estructural, la no complementariedad.

El algoritmo del amor

No se ama a cualquiera, no hay posibilidad de elección. “El amor –dirá Lacan– es ese imaginario de cada ser hablante que lo une tan solo y no al azar a cierto número de personas”.[6] Todo amor se produce por una determinación que responde a un programa previo que condiciona para cada sujeto la fórmula del enamoramiento (condiciones, marca singular que insiste en escribirse de la misma manera una y otra vez), punto enigmático que excede a quien ama. *Automaton* necesario, pero no suficiente, que no se deja atrapar tan fácilmente por los patrones matemáticos que los desarrolladores de código llevan al extremo en el afán de que el algorit-

mo del amor resulte infalible.

Hay *dating apps* para todos los gustos, desde la edad y el tipo de relación buscada hasta alguna característica orientada a un “nicho” (comunidad, *hobby*, etc.). Si bien *Tinder* lidera el mercado de *apps* de citas, hay otras similares que los usuarios combinan o alternan entre sí. *Happn*, *OkCupid*, *Badoo*, *Bumble*, *Facebook dating*, entre las más populares; también están *Grindr* (hombres *gays*), *Her* (mujeres LGBTQ+), *Green Lovers* (ecológicos), *Elite Singles* (educación superior y perfil de *LinkedIn*), *Heybaby* (quienes quieren tener hijos), *Dating for Muggles* (*fans* de *Harry Potter*), entre otras.

Más allá de algunas diferencias entre ellas, las *apps* de citas diseñan una suerte de catálogo de candidatos de fácil acceso en los que se puede navegar y “elegir” con un simple *swipe*.^[7] Cada perfil cuenta con información básica de los usuarios, algunas imágenes personales y un párrafo de presentación donde explicitan el tipo de relación buscada, las pretensiones y hasta afinidades políticas. Si bien el objetivo principal es la búsqueda de contactos sexo-afectivos, este no es excluyente. Generalmente todas estas *apps* pueden vincularse con cuentas de *Instagram* y *Spotify* que no solo aportan mayor información a los interesados, sino que retroalimentan el aprendizaje automático (*machine learning*) del algoritmo que se encuentra detrás de estas *apps*. Se “customiza la demanda”,^[8] a partir de patrones medibles y predecibles se procesan los datos recogidos (cotejo de perfiles, tiempo de permanencia en ellos, geolocalización, intereses afines, etc.) y se aplica un análisis por agrupamiento (*clusters*) que comanda las sugerencias dadas a cada usuario. Se sustituye el azar por la compatibilidad y se reduce la singularidad a la personalización de los gustos, rebajando –en el mismo movimiento– el amor a un producto del mercado.

La “elección consumista” pasa a ser “el principal vector”^[9] en la subjetividad contemporánea alimentando la fantasía de la tienda global. “Capitalismo emocional”^[10] llevado al extremo que revela que detrás de las *dating apps* no solo hay algoritmos, sino un “mercado sexo-afectivo”^[11] rentable. A tal punto que todas estas *apps* cuentan con su versión *premium* con un costo mensual que permite mayor visibilidad al usuario.^[12] Una suerte de inversión mensual para alcanzar el *match* perfecto.^[13] Éxito de la estrategia capitalista en detrimento del amor.

Del verso al metaverso

Hasta no hace mucho tiempo, apenas unas décadas atrás, la mayoría de las parejas se formaban en ámbitos comunes como la universidad, el trabajo, bares o fiestas, o bien, por algún “Cupido amigo” que mediaba la presentación. El cuerpo, el tiempo y el decir amoroso (“hacer el verso”) parecían insustituibles; sin embargo, a partir del surgimiento de internet, la forma

de conectar con otro y eventualmente encontrar pareja ha ido evolucionando de forma tan vertiginosa como la inmediatez de lo *online*: desde la conexión *Msn* hasta la tendencia actual del *online dating* que ha pasado de ser algo marginal a ser una manera –sino la más habitual– de encontrar pareja. Pasaje de lo presencial a lo virtual, aunque no exclusivamente.

Hoy en día priman las conexiones rápidas, mediatas y muchas veces efímeras como patrón relacional. Los *chats* breves e instantáneos se destacan como modo de conexión.

“La experiencia emocional de la modernidad conectada”, [14] si bien no anula el lazo amoroso, favorece las relaciones “líquidas” [15] con poco o nulo compromiso emocional. La propia estructura de las *apps*, al proponer todo el tiempo perfiles nuevos, habilita a mantener contactos múltiples en tanto siempre habrá candidatos más afines por llegar, [16] eternizando la búsqueda. Resuena en los consultorios la naturalización del *ghosting* [17] o “clavar el visto” como prácticas comunes. Por otra parte, aun cuando la conexión prospera, prevalece la negativa a formar lazos, el sexo casual o incluso virtual se imponen.

En esta línea, el capítulo *Hang the DJ* [18] de *Black Mirror*, cuyo foco está puesto en las *apps* de citas, no solo es una suerte de recreación ficcional de las citas contemporáneas y de la incidencia del *match* en las relaciones de pareja, sino también una anticipación del *metaverso* donde los protagonistas resultan ser simulaciones dentro de un programa de *software* que recrea –al unísono– miles de versiones diferentes de alguien y la pareja potencial para garantizar la compatibilidad entre sí. Si bien aún no existe este desarrollo tecnológico como tal, la ciencia ficción y ciertos proyectos empresariales avizoran una experiencia *transhumana* que prescindan del cuerpo, transformándolo casi en “un dispositivo obsoleto”. [19]

“No sos vos, es Tinder...” [20]

Con esta expresión Joaquín Linne titula a un exhaustivo estudio sobre las *apps* de citas; me sirvo de ella desde otra perspectiva, en tanto –más allá de los éxitos económicos e incluso de las estadísticas que dan cuenta de la conformación de parejas– deja entrever aquello que insiste y que ningún algoritmo puede programar.

Es de destacar que la programación del *software* no es una cuestión meramente técnica; si bien los algoritmos que guían estas *apps* son fórmulas decisionales, estas se basan en una serie de tópicos diseñados y seleccionados por personas; por tanto, cargan con la marca de su creador. Como señala C. Aranda, [21] por más perfectible que sea, “La IA nunca a superará a la estupidez humana”, [22] contundente manera de señalar que la codificación se encuentra sesgada. Por un lado, no escapa al fantasma del programador, a sus vacilaciones, intereses y categorías; por otro –tal como plantea Ubieto–, por más perfecta que se proponga, reduce la

experiencia subjetiva a la experimentación intentando anular que siempre habrá algo del sujeto no programable. No hay el código universal que nos asegure el éxito de las relaciones, eso es “lo auténticamente humano”. [23]

En el intento de subsanar este fallo, el desarrollo tecnológico ha llevado la codificación al extremo creando nuevas aplicaciones –*Teaser AI, Iris dating, Blush AI, Juliet Matchmaker* [24]– basadas íntegramente en IA, siguiendo el modelo del *ChatGPT*. A partir de un *bot* (*software* automatizado que imita el comportamiento humano), los usuarios entablan conversaciones con posibles pretendientes o sus *bots*, para luego pasar o no a sus creadores humanos, es la IA del sistema que decide quién es la pareja indicada. También cuentan con simuladores de citas o “compinches en línea para conquistar”. El objetivo es crear la verdadera conexión.

Tal es la premisa que aborda la serie francesa *Ósmosis* [25] que versa sobre el amor y la IA, en ella se conjugan –de diferentes maneras y por momentos con un sesgo crítico–: el impacto de las *apps* y redes sociales, la virtualización en las relaciones amorosas (*metaverso*) y la promesa superadora de alcanzar –a partir de la implantación de un chip– el amor absoluto. *Ósmosis* es el nombre de la *app* cuyo fin es revelar al candidato el rostro de su alma gemela con quien alcanzar, en una suerte de eternidad virtual, la complementación sublime. Resulta llamativo que más allá del escenario futurista que plantea, la serie recrea una concepción romántica del amor que se ve atravesada por dilemas éticos y existenciales y, de alguna manera, más que el éxito del *software* revela el punto de fuga que estructura todo amor.

A lo largo de las épocas, y de diferentes formas, los fracasos del amor han puesto de relieve la constante transfenomenica que lo atraviesa: la no complementariedad respecto al goce de uno y del otro. Es ante esto que el amor se revela como una suplencia que –al decir de Lacan– intenta acercar dos exilios, el de cada quien respecto a la no relación sexual.

En tal sentido, podríamos sostener que la tecnología y sus cálculos algorítmicos aplicados al amor, al igual que el *truco* [26] que nos inventamos ante el *traumatismo agujero*, [27] vienen en respuesta a ese real y si bien ponen en el horizonte la promesa de hacer existir la relación sexual que no hay, lejos de conducirnos a la solución nos eterniza en el “punto de suspensión del que se ata todo amor”, [28] desembocando inevitablemente en lo que no marcha: “su fatal destino”. [29]

NOTAS

1. Ubieto, J. R. y Arroyo Moliner, L., *¿Bienvenidos al metaverso? Presencia, cuerpos y avatares en la era digital*, Buenos Aires, Ned ediciones, 2022, pp. 13-17.
2. La IA es un tema con múltiples aristas, en líneas generales se refiere a la capacidad que tiene un artificio de realizar tareas humanas como la capacidad de cálculo, memoria, resolución de problemas, estrategias de abordaje, etcétera.

3. Aranda, C. "Cómo la inteligencia artificial está cambiando nuestro mundo", agosto 2023. Recuperado en <https://www.youtube.com/watch?v=1p6aGARHesI>
4. Realidad virtual inmersiva en la que –a través de avatares digitales– se reproducen actos de la vida diaria.
5. Véase: Platón, *Diálogos: El Banquete*, Chile, Proyectos editoriales, 1987, pp. 27-31.
6. Lacan, J., Seminario 21, "Les non dupes errent" (Los incautos no yerran), clase 4. Inédito.
7. Deslizamiento con el dedo de perfiles implementado por *Tinder* para elegir los candidatos, hacia la izquierda si se rechaza y hacia la derecha si gusta.
8. Ubieto, J. R., "Inteligencia artificial: Ilusión asubjetiva", Conversación organizada por el Departamento de Psicoanálisis y Filosofía-Pensamiento contemporáneo, Asociado al ICdeBA, octubre 2023. Inédito.
9. Illouz, E., *El fin del amor. Una sociología de las relaciones negativas*, Buenos Aires, Kats, 2020.
10. Transformación producida en la civilización que hace de los afectos mercancías, se aplican a las relaciones íntimas modelos económicos y políticos de negociación. Illouz, E., *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*, Buenos Aires, Kats, 2007.
11. Linne, J., "'No sos vos, es Tinder'. Gamificación, consumo, gestión cotidiana y *performance* en aplicaciones de 'levante'", *Convergencia*, 2020. Recuperado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S14054352020000100115&lng=es&nrm=iso
12. *Likes* ilimitados y acceso a los "me gusta" ocultos de la versión gratuita.
13. Reina, L., "¿Conviene pagar por 'matchear' en las apps de citas? Los pro y los contra de los servicios premium", *Iprofesional*. Recuperado en <https://www.iprofesional.com/actualidad/371156-apps-de-citas-conviene-pagar-premium-en-tinder-o-inner-circle>
14. Illouz, E., *El fin del amor. Una sociología de las relaciones negativas*, óp. cit., p. 37.
15. Bauman, Z., *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económica, 2009.
16. El fenómeno *plenty of fish*: muchos peces.
17. Desaparecer de una relación sin previo aviso, "fantasmear".
18. *Hang the DJ*, Episodio 4, Temporada 4 de *Black Mirror*, director: Charlie Brooker, 2017.
19. Transhumanismo es la propuesta de crear otra forma de existencia, incluso física. Costa, F., *Nuevos procesos de subjetivación*, 2022. Recuperado en <https://www.youtube.com/watch?v=XPNS700JKns>
20. Linne, J., "'No sos vos, es Tinder'. Gamificación, consumo, gestión cotidiana y *performance* en aplicaciones de 'levante'", *Convergencia*, óp. cit.
21. Cristina Aranda es Dra. en Lingüística, Licenciada en Filología especializada en IA (procesamiento del lenguaje natural para la digitalización y automatización de procesos virtuales).
22. Aranda, C. "Cómo la inteligencia artificial está cambiando nuestro mundo", óp. cit.
23. Ubieto, J. R. y Arroyo Moliner, L., *¿Bienvenidos al metaverso? Presencia, cuerpos y avatares en la era digital*, óp. cit., p. 166.
24. Inspirada en *Hang the DJ*.
25. *Ósmosis*, Francia, 2019. Directora: Audrey Fouché.
26. Lacan, J., Seminario 21, "Les non dupes errent" (Los incautos no yerran), clase del 19 de febrero de 1974. Inédito.
27. *Ibíd.*, clase del 19 de febrero de 1974.
28. Lacan, J., *El Seminario, Libro 20, Aun*, Buenos Aires, Paidós, 1981, p. 175.
29. *Ibíd.*, p. 174.