



Experto en desafíos éticos, sociales
y legales del uso de Big Data e
Inteligencia Artificial en la Era
Digital

Incorporación de los principios y normas éticas en la regulación de la IA

Pedro Jesús Pérez Zafrilla

Profesor Titular de Filosofía Moral

Departamento de Filosofía, Facultad de Filosofía y CC.EE.

Universidad de Valencia

p.jesus.perez@uv.es

Cátedra Gobernanza y Regulación en la Era Digital (GoReDig). Proyecto
101127331 *GovReDig*, ERASMUS-JMO-2023-HEI-TCH-RSCH*
Proyecto PID2022-139000OB-C21 del Ministerio de Ciencia e Innovación.
Proyecto PROMETEO CIPROM/2021/072 de la Generalitat Valenciana.

GovReDig



Financiado por
la Unión Europea

Cátedra ISAAC. Derechos Individuales,
Investigación Científica y Cooperación
UNED- CNR/IFAC.



Financiada por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen al autor y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA) o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea, la EACEA o la Comisión Europea pueden ser considerados responsables de ellos.

Sumario

1. Relación entre legislación y valores éticos en la IA.
2. Lógica de funcionamiento de las plataformas.
3. Consciencia de la población sobre sus derechos *online*.
4. Necesidad de garantizar unos derechos *online*.
5. Conexiones entre IA y política.
6. Explotación de vulnerabilidades humanas por la IA.

1. Legislación y valores morales

- ❑ Todo marco normativo asume unos valores morales.
- ❑ La *Ley de inteligencia artificial* de la UE (Título II) prohíbe la manipulación, la publicidad subliminal, el perfilado o el *deep fake* porque estas prácticas violan la autonomía y la dignidad de las personas.
- ❑ El problema reside en cómo regular el uso habitual de la IA para proteger derechos individuales.

2. Cómo funciona el mundo digital

- ❑ Internet no es el mundo feliz que se nos prometió con un acceso a información infinita y disfrute de servicios gratuitos.
- ❑ Google recopila los datos que los usuarios dejan en su rastro por internet.
- ❑ Inicialmente Google empleaba esos datos para mejorar su servicio a los usuarios.
- ❑ Desde 2002 Google vende los datos a otras compañías para hacer llegar publicidad personalizada.
- ❑ Excedente conductual:

Datos de los usuarios que emplean las plataformas: información, comentarios, fotos en redes, *likes*, viajes en Cabify, búsquedas en Google, consumo de Netflix...

Con el análisis de estos datos se traza un perfil, se realizan predicciones conductuales y se vende esa información a empresas para hacer llegar publicidad personalizada.

2. Cómo funciona el mundo digital

- ❑ Zuboff. Estrategia de la desposesión:
 - **Incursión:** introducirse en ámbitos no regulados.
 - **Seducción:** oferta de un mejor servicio... pero más invasivo.
 - **Dependencia:** crear habituación en la ciudadanía.

- ❑ La legislación sobre IA debe conocer esta lógica de funcionamiento del mundo digital.

Pero eso solo no basta...

3. El desconocimiento sobre los derechos *online*

El mundo digital impide a los sujetos ejercer sus derechos *online*:

- ❑ Los contratos *online* son kilométricos y nadie los lee.
- ❑ La población no tiene consciencia de la privacidad *online*.
 - No asociamos la privacidad al mundo digital, donde reina la exposición pública.
 - El diseño de internet fomenta la desprotección de la privacidad: monitorización del estatus, afán de emulación y *likes*.
 - En internet nos exponemos, no nos protegemos.

3. El desconocimiento sobre los derechos *online*

- ❑ No tiene sentido legislar sobre un campo sobre el que los sujetos no tienen consciencia de que pueden ejercer unos derechos.
- ❑ La gente da a “aceptar” en las políticas de privacidad con desconocimiento de sus derechos y del comercio de sus datos.
- ❑ Introducir principios éticos en la IA no puede reducirse a proclamaciones vacías de derechos en *Cartas de derechos digitales*.

Mundo *offline*: Problemas → Alarma social → Legislación.

Mundo *online*: Problemas → Legislación → Falta de alarma social.

4. La necesidad de empoderamiento ciudadano

La legislación no ha de ir dirigida meramente a proteger derechos, sino a empoderar a la ciudadanía en el ejercicio de los mismos.

Reglamento 2016/679 de Protección de Datos de la UE.

Art.1. La reutilización de los datos queda en el limbo.

Art.6. Interés legítimo: ¿cuál es? ¿quién lo decide? ¿para quién? La ley debería fijar que sea el usuario quien ponga las condiciones para el uso de sus datos. Las cookies expropian nuestros datos.

Art.7. El lenguaje claro no protege si hay desconocimiento.

Art.9. Se prohíbe el perfilado... solo formalmente.

5. IA y política

- ❑ La política no tiene un interés real por limitar el poder de las plataformas.
- ❑ Las plataformas invasivas de la privacidad son un instrumento para la detección de delitos.
- ❑ El excedente conductual es empleado por los políticos para ganar elecciones.
- ❑ Monitorizando las redes sociales se puede detectar el número de abstencionistas en circunscripciones clave y enviarles publicidad segmentada.

5. IA y política

Capitalismo moralista:

- ❑ Tradicionalmente economía y política eran ámbitos contrapuestos.
- ❑ Hoy política y empresa van de la mano:
 - Las empresas se anuncian vendiendo valores hegemónicos.
 - Las corporaciones cooperan con los Estados en el control de la población.
 - A cambio, las tecnológicas gozan de monopolio en el mundo digital.

6. Regulación de la IA y vulnerabilidades humanas

□ Diseñar una IA ética debe cumplir 5 principios:

Beneficencia: la IA debe ser beneficiosa para la humanidad.

No maleficencia: la IA no debe causar daños a personas.

Autonomía: la IA debe respetar la autonomía de los sujetos.

Justicia: la IA no debe discriminar.

Explicabilidad: las decisiones tomadas por la IA deben ser explicables.

6. Regulación de la IA y vulnerabilidades humanas

- ❑ Ley de IA de la UE (Capítulo II):
- ❑ Señala que la IA no debe explotar las vulnerabilidades humanas derivadas de la edad, discapacidad, circunstancias sociales, salud, etc...
- ❑ Con ello se pretende proteger a grupos sociales vulnerables, como niños, ancianos o personas con discapacidad.
- ❑ La Ley de IA no atiende otro de vulnerabilidades humanas derivadas de los sesgos y tendencias evolutivas heredadas, que están presentes en todos los seres humanos.
- ❑ Las plataformas recurren a estos sesgos para fomentar un uso compulsivo de las aplicaciones y extraernos datos.

6. Regulación de la IA y vulnerabilidades humanas

- ❑ Google y el sesgo de confirmación:
- ❑ Nuestra búsqueda de información no es objetiva, sino que está sesgada a favor de nuestro punto de vista.
- ❑ Los buscadores devuelven contenidos que resulten agradables a los sujetos para que estén más tiempo conectados a las plataformas.
- ❑ Por tanto, los buscadores no devuelven información objetiva, sino la que conviene las compañías para ganar dinero.

6. Regulación de la IA y vulnerabilidades humanas

- ❑ Facebook y la necesidad de pertenencia:
- ❑ Nuestro cerebro desarrolló dos tendencias para lograr la supervivencia dentro del grupo:
 - a) La necesidad de aprobación ajena.
 - b) La tendencia a la reciprocación.
- ❑ Las alertas y mensajes del mundo online producen un sucedáneo de conexión que hace a los sujetos sentirse apreciados por otros.
- ❑ Los sujetos proyectan una imagen idealizada de sí mismos (viajes a destinos paradisiacos, comidas copiosas, etc...).
- ❑ Los *likes* y solicitudes de amistad reproducen la tendencia a la reciprocación. No recibir *likes* de amigos a los que se da *like* a sus publicaciones genera resentimiento.

Conclusiones

Para regular la IA y proteger los derechos de los sujetos se debe:

- Conocer la lógica del funcionamiento del mundo digital.
- Conocer el grado de consciencia de los usuarios sobre sus derechos digitales.
- Empoderar legalmente a la ciudadanía para el ejercicio de sus derechos.
- Conocer las conexiones entre IA y política.
- Regular de forma adecuada las vulnerabilidades humanas.

■ **Gracias por la
atención**

