



El hacker Chema Alonso llama a los poderes públicos a regular el entorno del Big Data

- “La tecnología está aquí, y estamos todavía a tiempo de decidir qué queremos que pase y qué no”
- Alonso, hacker y CDO de Telefónica, ha hablado del salto exponencial que ha dado la Inteligencia Artificial gracias al Big Data durante su intervención en el encuentro anual de alumni de la Universitat Abat Oliba CEU (Barcelona)
- Tras su intervención, se ha unido a una mesa redonda con la jefa de desarrollo de nuevas tecnologías & internet en la Fundación bancaria La Caixa, Lola Pardo, el director general adjunto de Godó Strategies, Pablo de Porcioles, la diputada del ICAB, Susana Ferrer, y el director del máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías de la UAO CEU, Juan Francisco Jiménez

Barcelona, 7 de junio de 2019.- El Big Data ha sido el catalizador que ha permitido un crecimiento exponencial de la Inteligencia Artificial durante los dos últimos años. Las máquinas de IA no sólo tienen capacidad de aprender, sino que ya ni necesitan al ser humano para entrenarse.

La “eclosión” de la IA gracias al fermento potenciador del análisis masivo de datos ha sido el tema en el que ha profundizado el hacker y chief data officer de Telefónica, **Chema Alonso**, durante su intervención en el encuentro ‘Big Data: capturar el valor’, organizado por la **Universitat Abat Oliba CEU**. El acto se había organizado en el marco del encuentro anual de los alumni de esta universidad.

El binomio con Big Data ha permitido a la IA “superar la paridad humana” en muchas funciones. Es decir, en temas como la comprensión lectora, la lectura de labios o el reconocimiento facial, una máquina de IA ya tiene menos tasa de error que un humano. Esto anuncia nuevas prestaciones, pero también posibilidades alarmantes. Por ejemplo, gracias a lo avanzado de la técnica de reconocimiento facial, la IA ya es capaz de crear imágenes y vídeos de personas ficticias o suplantadas, cuya falsedad es indistinguible al ojo humano. Esto abre un abanico de sombrías posibilidades para la generación de *fake news* o la comisión de abusos o intromisiones en la privacidad.

Ante ello, Alonso reclama concienciación. La ciudadanía ha de ser consciente de que “cuando alguien te pide permiso de localización, eso le permitirá conocer tu ideología, tus creencias religiosas o tu estado de salud”. Y también todo el mundo debería saber que “con un solo click en internet estás dando 5.000 permisos de acceso a tu información”.

Para más información
Juan Pablo Sanz García
Gabinete de Prensa UAO CEU
93 253 72 02 / 93 254 09 00 ext. 962
666690255
jsanzg@uao.es



De la mano de la concienciación, ha de venir la regulación. “La tecnología está aquí, y estamos todavía a tiempo de decidir qué queremos que pase y qué no”. En este punto, ha mostrado su confianza en que “los seres humanos seamos lo suficientemente inteligentes como para tomar las decisiones adecuadas”.

Sin embargo, el peso de estas decisiones no debería recaer sobre las espaldas de las empresas, que es lo que, a su juicio, está sucediendo. “Tienen que ser los políticos los que lideren esta regulación. Las empresas no pueden ser las que se autorregulen, o dejen de hacerlo, que es lo que está pasando actualmente”. Desde su punto de vista, es necesario encontrar “un punto en el que, como sociedad, nos encontremos a gusto”, cosa que no ha logrado el Reglamento Europeo de Protección de Datos, según ha expresado Alonso.

Dimensión humanista

Tras su intervención, Alonso se ha unido a una mesa redonda con la jefa de desarrollo de nuevas tecnologías & internet en la Fundación bancaria La Caixa, **Lola Pardo**, el director general adjunto de Godó Strategies, **Pablo de Porcioles**, la diputada del ICAB, **Susana Ferrer**, y el director del máster en Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías de la UAO CEU, **Juan Francisco Jiménez**.

La necesidad de proyectar una mirada humanista sobre el fenómeno del Big Data ha presidido la conversación. En este sentido, Lola Pardo ha hablado del error de “articular un proyecto de Big Data únicamente desde la tecnología. Si no hay una interpretación antropológica de los datos, tampoco aportarán valor”.

En esta línea también se ha manifestado Juan Francisco Jiménez. “Es el pensamiento el que debe colocar a la tecnología en la sociedad, y no al revés”. Sugiere, como Chema Alonso, una gran reflexión colectiva sobre la cuestión. “¿Son las empresas las que deben decidir estas cosas? Definitivamente, no”.

Por su parte, Pablo de Porcioles ha reflexionado sobre el impacto del Big Data en los medios de comunicación. “Hace diez o doce años sabíamos poco de la relevancia de las noticias para los lectores. Ahora, podemos saber quién está leyendo qué y con qué intensidad”. De este modo, “podríamos llegar a tener un diario personalizado”.

En el aspecto jurídico, el Big Data y la IA suscitan numerosas incertidumbres. Aparece en escena una tercera categoría de persona, lo que “a una nueva generación de derechos”, ha apuntado Susana Ferrer. Desde su condición de jurista, ha vaticinado que, ante esta explosión tecnológica, “necesariamente tendremos que tener órganos judiciales y de control especializados”.