



El hacker Chema Alonso crida els poders públics a regular l'entorn del Big Data

- "La tecnologia està aquí, i estem encara a temps de decidir què volem que passada i què no"
- Alonso, hacker i CDO de Telefónica, ha parlat del salt exponencial que ha donat la Intel·ligència Artificial gràcies al Big Data durant la seva intervenció en la trobada anual d'alumni de la Universitat Abat Oliba CEU (Barcelona)
- Després de la seva intervenció, s'ha unit a una taula rodona amb la cap de desenvolupament de noves tecnologies & internet en la Fundació bancària La Caixa, Lola Pardo, el director general adjunt de Godó Strategies, Pablo de Porcioles, la diputada del ICAB, Susana Ferrer, i el director del màster en Comunicació Digital i Noves Tecnologies de la UAO CEU, Juan Francisco Jiménez

Barcelona, 7 de juny de 2019.- El Big Data ha estat el catalitzador que ha permès un creixement exponencial de la Intel·ligència Artificial durant els dos últims anys. Les màquines d'IA no només tenen capacitat d'aprendre, sinó que ja ni necessiten a l'ésser humà per a entrenar-se.

L'"eclosió" de la IA gràcies al ferment potenciador de l'anàlisi massiva de dades ha estat el tema en el qual ha aprofundit el hacker i chief data officer de Telefónica, **Chema Alonso**, durant la seva intervenció en la trobada '**Big Data: capturar el valor**', organitzat per la **Universitat Abat Oliba CEU**. L'acte s'havia organitzat en el marc de la trobada anual dels alumni d'aquesta universitat.

El binomi amb Big Data ha permès a la IA "superar la paritat humana" en moltes funcions. És a dir, en temes com la comprensió lectora, la lectura de lletres o el reconeixement facial, una màquina d'IA ja té menys taxa d'error que un humà. Això anuncia noves prestacions, però també possibilitats alarmants. Per exemple, gràcies a l'avançat de la tècnica de reconeixement facial, la IA ja és capaç de crear imatges i vídeos de persones fictícies o suplantades, la falsedat de les quals és indistingible a l'ull humà. Això obre un ventall d'ombrívols possibilitats per a la generació de fake news o la comissió d'abusos o intromissions en la privacitat.

Davant això, Alonso reclama conscienciació. La ciutadania ha de ser conscient que "quan algú et demana permís de localització, això li permetrà conèixer la teva ideologia, les teves creences religioses o el teu estat de salut". I també tothom hauria de saber que "amb un sol click en internet estàs donant 5.000 permisos d'accés a la teva informació".



De la mà de la conscienciació, ha de venir la regulació. "La tecnologia està aquí, i estem encara a temps de decidir què volem que passada i què no". En aquest punt, ha mostrat la seva confiança en què "els éssers humans siguem prou intel·ligents per a prendre les decisions adequades".

No obstant això, el pes d'aquestes decisions no hauria de recaure sobre l'esquena de les empreses, que és el que, al seu judici, està succeint. "Han de ser els polítics els que liderin aquesta regulació. Les empreses no poden ser les que s'autoregulin, o deixin de fer-ho, que és el que està passant actualment". Des del seu punt de vista, és necessari trobar "un punt en el qual, com a societat, ens trobem a gust", cosa que no ha aconseguit el Reglament Europeu de Protecció de Dades, segons ha expressat Alonso.

Dimensió humanista

Després de la seva intervenció, Alonso s'ha unit a una taula rodona amb la cap de desenvolupament de noves tecnologies & internet en la Fundació bancària La Caixa, **Lola Pardo**, el director general adjunt de Godó Strategies, **Pablo de Porcioles**, la diputada de l'ICAB, **Susana Ferrer**, i el director del màster en Comunicació Digital i Noves Tecnologies de la UAO CEU, **Juan Francisco Jiménez**.

La necessitat de projectar una mirada humanista sobre el fenomen del Big Data ha presidit la conversa. En aquest sentit, Lola Pardo ha parlat de l'error d'"articular un projecte de Big Data únicament des de la tecnologia. Si no hi ha una interpretació antropològica de les dades, tampoc aportaran valor".

En aquesta línia també s'ha manifestat Juan Francisco Jiménez. "És el pensament el que ha de col·locar a la tecnologia en la societat, i no a l'inrevés". Suggereix, com Chema Alonso, una gran reflexió col·lectiva sobre la qüestió. "Són les empreses les que han de decidir aquestes coses? Definitivament, no".

Per part seva, Pablo de Porcioles ha reflexionat sobre l'impacte del Big Data en els mitjans de comunicació. "Fa deu o dotze anys sabem poc de la rellevància de les notícies per als lectors. Ara, podem saber qui està llegint què i amb quina intensitat". D'aquesta manera, "podríem arribar a tenir un diari personalitzat".

En l'aspecte jurídic, el Big Data i la IA susciten nombroses incerteses. Apareix en escena una tercera categoria de persona, la qual cosa "a una nova generació de drets", ha apuntat Susana Ferrer. Des de la seva condició de jurista, ha vaticinat que, davant aquesta explosió tecnològica, "necessàriament haurem de tenir òrgans judicials i de control especialitzats".