

“NADA ES PRIVADO” MIENTRAS SUBASTAN TU “IDENTIDAD DIGITAL” CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Juan
G. Corvalán¹

La película de Netflix “*Nada es privado*” está potenciando el debate sobre el combo de *Cambridge Analytica*, *Facebook*, *Trump* y *Brexit*. Mientras discutimos sobre privacidad, intimidad y manipulación sobre las personas en elecciones, hace un par de años otra gran película nos permite plantear un nuevo gran desafío que tenemos por delante: cómo poner en agenda el nuevo derecho de toda persona a no ser rankeada, sometida a un scoring entre otras, a subastas de datos o a predicciones de “oráculos artificiales”, sin su expreso e informado consentimiento.

El Lobo de Wall Street refleja cómo Matthew McConaughey introduce a Jordan Belfort (Leonardo DiCaprio) al mundo de los corredores de bolsa y le cuenta la regla número uno del mercado de valores: nadie sabe qué va a pasar con las acciones y mucho menos los corredores de bolsa. En el siglo XXI, la regla número uno del ganador del Oscar podría ser casi la opuesta: los sistemas de inteligencia

¹ Co-Director del Laboratorio de Innovación e Inteligencia Artificial (UBA, Facultad de Derecho). Profesor visitante de la Maestría en Derecho digital de la Sorbona, París 1, Francia. Co-creador y desarrollador de Prometea, la primera inteligencia artificial predictiva al servicio de la Justicia.

artificial le van a decir, con mucha precisión, hacia donde podría ir su próximo clic.

Desde hace algunos años, las empresas basan su estrategia de negocios a partir del resultado de sistemas de inteligencia artificial (Netflix, Spotify, Youtube, Google, Instagram, Facebook, entre otras). Se suelen utilizar como extracción de datos, dos grandes herramientas: por un lado, las *cookies*, que son una suerte de “collares digitales” que se “pegan” en nuestros ordenadores. Y por otro, los llamados *Pixel*, que es un código fuente escrito en un determinado lenguaje de programación que se activa cuando se abre una página web. Ambas formas de recopilar datos e información son clave para poder predecir futuras compras o contratar servicios, basándose en nuestros comportamientos digitales y en su vinculación con otras personas que son más afines. Estamos hablando de algo que va mucho más allá del marketing clásico: “subastas entre inteligencias artificiales por tu identidad digital”. Veamos cómo funciona esto.

Cuando visitas una página web, previamente haces clic en un enlace o escribís una dirección en el mundo digital (URL) y luego la página se carga. Usualmente, cuando llegaste al sitio otras empresas y personas que generalmente pagan por eso, son notificadas de que estás ahí. Muchos sitios *web* tienen enlaces a otras páginas o archivos que muestran imágenes o textos que ves a los costados de tu pantalla. A veces, directamente reemplazan lo que ves por una publicidad (estas suelen ser las más caras e invasivas).

Cada vez que haces un clic e ingresas a diferentes sitios, se audita el tiempo que estás ahí, cuánto tardas en cerrar la publicidad, si la abris, entre muchísimos otros comportamientos. Estos rastros digitales (datos) son los que van construyendo esta suerte de “identidad artificial en constante transformación”. El “yo digital” se va moldeando por algoritmos inteligentes que guardan, procesan constantemente y, sobre esa base, realizan predicciones que venden al mejor postor.

Sus múltiples aplicaciones de las cuáles aceptó su política de privacidad y de datos, lo escuchan, rastrean su geolocalización, auditan todos sus clics, sus me gusta, leen sus comentarios, los que te hacen y mucho más. Auditar, almacenar, procesar y construir tu perfil digital en constante transformación, gracias a los sofisticados sistemas de inteligencia artificial basados en redes neuronales. Lo irónico es que tus datos en forma aislada no tienen mucho sentido. El “yo digital” máspreciado es el que emerge del conjunto de los datos, para que se transformen en patrones de información que lleven a predicciones lo más acertadas y actualizables posibles. Este es el panorama al que asistimos como usuarios digitales.

Veamos la contracara de esto. Si vende carteras, sería muy útil que una inteligencia artificial le diga si es conveniente comprar el clic de un celular o de una computadora, porque acorde al historial de gustos, desplazamientos, preferencias y un sistema de IA que está

constantemente calculando cuán probable es que la compre y cuál cartera le gustaría específicamente.

Aquí entran en escena **subastas que perfeccionan la construcción de su “identidad artificial pulida por sistemas de IA”**. Los porcentajes de acierto de cada persona son muy útiles para que las empresas inviertan y lleguen con mensajes extremadamente personalizados. Es decir, asistimos a una suerte de “*bolsa de valores de datos personales humanos*”. Entre el tiempo que transcurre entre un clic y la aparición de una página o un sitio, los sistemas de inteligencia artificial batallan por quedarse con él, para poder insertar la publicidad en la página antes de que la veas. Pero estas pujas, se dan en función de las probabilidades y de los patrones de información, para determinar si hay que comprar el derecho a publicitar sus productos en las páginas que ciertos grupos de personas (por afinidades) podrían ser, probablemente, futuros compradores.

Si lees recetas veganas en línea, y a eso le sumamos tu geolocalización, entonces te puede interesar el mercado orgánico a dos cuadras y las clases de yoga a 150 metros de tu casa.

Sin dudas, asistimos a la creación de un ecosistema digital inteligente que se expande exponencialmente y se retroalimenta por intermedio de algoritmos refinados que a cada momento aumentan su potencia. Esto genera muchos lados luminosos, incluso para las personas más vulnerables, como las personas con discapacidad visual que son asistidas por celulares inteligentes que las guían, las redes neuronales

artificiales que se utilizan para detectar contenido vinculado a la pornografía infantil, o la oportunidad para comprar un producto que ni siquiera sabemos que existe.

Sin embargo, los lados oscuros comienzan a ser incompatibles para el propio desarrollo sostenible basado en derechos humanos. Mientras la inteligencia artificial aumenta su potencia e inunda nuestras vidas, es urgente trabajar fuertemente para generar un ecosistema digital basado en un equilibrio dinámico entre dos fenómenos que históricamente se han tensionado. Por un lado, el indispensable e imparable progreso tecnológico que ha facilitado y mejorado exponencialmente los objetivos humanos. Por otro, la protección de derechos clásicos (privacidad, intimidad) y otros de vanguardia que surgen por el desarrollo de la inteligencia artificial. Entre los más importantes, el derecho *de toda persona a no ser rankeada, sometida a un scoring entre humanos, a subastas de datos personales o a predicciones de oráculos artificiales, sin su expreso, puntual e informado consentimiento.*