

Consell de la Informació de Catalunya

Algoritmes a les redaccions:

Reptes i recomanacions
per dotar la intel·ligència
artificial dels valors ètics
del periodisme

Patricia Ventura Pocino

Imatges coberta:

Quantified Human per Alan Warburton

Plant per Alan Warburton

Nature per Alan Warburton

Interior:

Classification Cupboard per Anton Grabolle

Desembre de 2021

Recomanacions

A partir d'aquest procés de reflexió, el Consell de la Informació ha elaborat un seguit de recomanacions per dotar la IA amb els valors ètics del periodisme i ho ha fet des de la convicció que aquesta tecnologia pot convertir-se en una potent eina editorial sempre que els seus usos estiguin guiats pel compromís amb la qualitat informativa i la missió periodística de servei públic.

01. Qualitat de les dades i gestió responsable

Vetllar per l'origen i la diversitat de les dades i mantenir una vigilància constant sobre la seva representativitat

Els algoritmes funcionen amb dades. De la mateixa manera que verifiquem fonts, cal verificar les dades -origen, diversitat...-, concedint una atenció especial a la representativitat. Cal interrogar les bases de dades: és prou representativa del grup a què al·ludeix?, és prou completa per informar del tema sobre el qual es vol informar? Un contingut esbiaixat té el potencial d'incidir en la qualitat de la informació que es difon i d'afectar el dret a la informació.

Hem de tractar a tots els grups amb respecte també a través de la gestió de les dades. L'eficiència que proporciona la IA es basa en gran part en la identificació de patrons entre aquestes dades. Cal estar molt atents perquè els estereotips se solen manifestar en la detecció tecnològica de patrons. Això comporta el perill de generar biaixos en la informació. En aquest sentit, cal parar una atenció especial al tractament de les minories. Sexisme, racisme, etc. no són acceptables tampoc si emergeixen de manera automatitzada.

02. Supervisió dels processos

Assegurar la qualitat tècnica dels processos de tractament de les dades per tal de minimitzar els riscos i mitigar els errors

Cal monitoritzar tots els processos, des del disseny dels sistemes d'elaboració de la informació fins als que s'adrecen a la seva difusió. Aquesta supervisió hauria d'incloure la realització de tests previs al llançament de noves línies de productes informatius. I convé reiterar-la un cop que es disposa del retorn ofert pels usuaris, conegut a través de les pautes de consum però també del feedback que se'ls demani expressament.

Ja des del disseny dels sistemes, cal fer-se preguntes de caràcter ètic: per a quins objectius optimitzem el sistema? Només per aconseguir "clics" o hi va implícita també la voluntat de fer bon periodisme? La voluntat d'aconseguir bons resultats comercials no hauria d'excloure el manteniment d'uns criteris deontològics, sinó que, al contrari, l'hauria d'acompanyar.

03.

Transparència i rendició de comptes

Fins allà on es pugui, donar a conèixer als usuaris l'existència dels algoritmes i els trets bàsics del seu funcionament

Encara que hi hagi supervisió, els sistemes automatitzats poden cometre errors i reproduir biaixos. La transparència és la protecció més eficient contra aquests potencials errors. Algunes de les principals organitzacions del sector periodístic han optat per la transparència com una via per mitigar la pèrdua de credibilitat dels mitjans i potenciar la confiança de la ciutadania.

Els algoritmes posen en qüestió aquest objectiu per l'opacitat amb què funcionen en les seves decisions automatitzades. La transparència és clau per construir confiança en el context actual en què prolifera la desinformació a l'esfera pública originada precisament per un ús de la IA sense valors per part de les plataformes, que optimitzen la tecnologia per assolir finalitats comercials. La transparència indica el respecte de l'empresa periodística envers els seus usuaris. Els permet jutjar el valor de la informació.

D'entrada i com a principi general, les dades introduïdes i la seva procedència han de ser transparents. Pel que fa als processos algorítmics, es evident que no tot es podrà explicar, per raons industrials o simplement per la complexitat dels mecanismes. Cal determinar, doncs, de quina automatització s'ha informat l'usuari. Per exemple, potser no cal informar que s'ha utilitzat la IA per fer una transcripció, però sí que cal comunicar-ho quan un text s'ha generat de manera automàtica, o bé quan una recomanació s'ha generat a partir d'un algoritme.

En tot cas, els usuaris almenys haurien de tenir clar quin és el grau d'automatització present quan consumeixen un contingut, de manera que si hi troben inexactituds puguin saber a què atribuir-les i també com poden argumentar les seves

reclamacions. Aquesta transparència és, doncs, un aspecte fonamental de l'accountability o rendició de comptes, un concepte cada cop més apreciat a la vida pública en general i al món periodístic en particular.

04.

Gestió responsable de les dades i privacitat

Recollir només les dades personals necessàries, convertir-les en anònimes si no són rellevants i preservar-les d'un mal ús per part de tercers

La transparència de les dades reclamada al punt anterior òbviament ha de ser compatible amb la necessària preservació de la privacitat, especialment en tot allò que està regulat sobre això. Cal tenir presents tant les exhortacions deontològiques relatives al dret a la privacitat com també la legalitat vigent, expressada sobretot al Reglament general de protecció de dades adoptat per la Unió Europea per preservar la protecció de les persones físiques en allò que respecta a les seves dades personals i a la circulació d'aquestes dades.

L'automatització fa trontollar la natura i l'abast dels valors de la privacitat. Com la transparència, la privacitat agafa rellevància. D'entrada, convé recollir només la informació estrictament necessària per a la finalitat plantejada. I després s'ha d'estar en condicions d'explicar com es recopila, com s'emmagatzema, qui té accés a aquella informació i de quina manera.

Molt més encara si es comparteix amb tercers. En aquest cas, és recomanable assegurar-se que aquests tercers també en facin l'ús necessari per a la finalitat amb què ha estat recollida.

Cal parar especial atenció a la gestió responsable de les bases de dades d'institucions. En primer lloc, plantejant-nos com les obtenim i si disposem del consentiment del propietari. Tot sovint les persones faciliten dades, però potser no són conscients que poden arribar a les mans d'un mitjà de comunicació.

En aquest sentit, també cal prendre totes les precaucions necessàries per protegir la intimitat de les persones, com ara convertir-les en anònimes, emmagatzemar de manera segura les bases de dades i limitar el seu ús i conservació.

05. Personalitzacions i recomanacions

Evitar que l'ús d'algoritmes per fer informació "a mida" contribueixi a soscavar el pluralisme o perjudiqui persones vulnerables

Els algoritmes es fan servir per proporcionar als usuaris dos tipus de serveis que poden ser molt útils, però que comporten perills evidents d'empobriment informatiu: d'una banda, la personalització de la informació en funció d'uns suposats interessos específics de cada usuari; de l'altra, les recomanacions sobre productes o serveis que s'emmotllin a les seves preferències. En tots dos casos, es corre el risc que les propostes que es faciliten puguin redundar en una manca de perspectiva general o en una pèrdua de possibilitats perquè quedin eclipsades per les propostes fetes per l'algoritme. És el que s'ha batejat com les filter bubbles, una mena d'encapsulació mental de la qual seria objecte el ciutadà, amb la consegüent minva de l'autonomia personal i, pitjor encara, del pluralisme.

És important, doncs, que quan es dissenyin serveis de personalització o de recomanació es procuri que l'automatisme no amagui o postergui la informació de més interès públic. Si els sistemes s'optimitzen per mostrar allò més vist per altres o la mena de continguts que més consumeix un usuari, hi ha el perill que ocultin una altra mena de continguts de l'actualitat o de l'agenda informativa.

És recomanable tenir això en compte des del mateix disseny dels sistemes. És possible incloure variables que fomentin la inclusió de continguts amb criteri editorial o el bandejament d'una altra mena de temes massa susceptibles de generar polarització. Les eines haurien de considerar la

diversitat social i, per tant, no excloure grups minoritaris. Seria recomanable també d'evitar promoure filtres bombolla que puguin contribuir a la radicalització o a actes de violència en casos extrems.

Cal parar un esment especial al fet que aquests sistemes tenen el potencial de manipular el comportament, entre d'altres efectes, perquè realment el conegut com a "biaix de confirmació" (reafirmació en els punts de vista propis) o per altres factors que tenen a veure amb les tècniques de disseny persuasiu. Això pot afectar més determinades persones vulnerables des del punt de vista psicològic, així com els menors d'edat.

06. Posar en valor el factor humà

No oblidar que és el professional qui té el tarannà ètic que no té la màquina

De moment, i mentre no es demostrï el contrari, les persones tenen unes capacitats superiors a les de les màquines, si més no en tot allò que afecta les decisions amb càrrega ètica. Alhora que les tasques s'automatitzen, cal promoure i potenciar les capacitats humanes dels equips. Si s'allibera el temps que l'automatització estalvia, pot semblar una bona idea invertir-lo a intentar que els periodistes facin allò que millor haurien de saber fer i que aporta més qualitat: interactuar amb les fonts, observar, investigar, posar en context, donar un enfocament humà als continguts, usar un estil atractiu, aplicar la creativitat...

La tecnologia, per ella mateixa, no té criteri ètic. Només el periodista pot imprimir al producte els principis del periodisme. Per això també és important que sigui capaç de supervisar la tecnologia, i per a això necessita capacitat.

07. Formació i promoció de la interdisciplinarietat en els equips

Assolir els graus de capacitat suficient per conjuminar el coneixement de la tècnica i l'aplicació dels principis ètics

Als periodistes els cal formació tècnica per no perdre el control dels processos i ser conscients dels riscos que comporten. Els professionals de la informació haurien d'estar en condicions d'auditar algoritmes propis i aliens, i participar en decisions que tenen a veure amb l'automatització i en la manera de posar-la al servei de la missió del periodisme.

Per a això no cal que els periodistes aprenguin a programar. Però sí que és necessari que coneguin qüestions al seu abast com el llenguatge computacional i alguns conceptes bàsics. Han de poder entendre que es poden ajustar els paràmetres d'un algoritme i veure com canvien els resultats.

Els enginyers solen estar entrenats per aconseguir *performance* (resultats basats en mètriques comercials). És desitjable que també rebin formació en els valors que regeixen el periodisme, que també es poden transformar en mètriques estratègiques de tipus més qualitatiu.

Per dotar la IA de valors, cal formació sobre els seus riscos ètics tant a enginyers com a periodistes. En aquest sentit és recomanable promoure la interdisciplinarietat en els equips i així buscar la complementarietat de les maneres de pensar. Per exemple, utilitzant projectes reals de R+D per fer formació.

Resulta habitual contractar sistemes desenvolupats per terceres empreses. La formació també es fa imprescindible per poder gestionar proveïdors d'eines externes i valorar les opcions disponibles des del punt de vista tecnològic aplicat al periodisme.

Quan els periodistes tenen capacitat d'auditar els algoritmes poden avaluar tant els propis com els aliens. A l'hora d'informar sobre tecnologia aliena, ho

han de poder fer amb independència. Això inclou els algoritmes de les plataformes, encara que aquestes hagin finançat formació o projectes d'innovació periodística d'aquest mitjà.

08. R+D i proactivitat

Promoure la recerca encaminada a explorar la convergència entre l'eficàcia tècnica dels sistemes i els valors d'un periodisme ètic

És recomanable que les empreses promoguin o s'acullin a projectes de R+D que busquin com ajudar la IA a reforçar els principis del periodisme. Per exemple, és molt important investigar aplicacions com les eines de verificació o d'altres per detectar els biaixos propis.

En la mesura del possible, cal evitar serveis de tercers o el recurs al núvol si el mitjà desconeix què es fa de les dades que traspasarà. En tot cas, si s'ha de comptar amb eines externes, en general és preferible no esperar que arribin ofertes sinó que sempre serà millor actuar de manera proactiva, buscant acords per tal de participar en la creació d'aquestes eines, de manera que es puguin adaptar a la missió i els valors del mitjà i pugui mesurar-ne l'eficàcia amb els seus indicadors. Per aconseguir-ho, pot ser bo plantejar-se la col·laboració amb altres mitjans amb els mateixos problemes i també amb investigadors especialitzats o amb universitats.

