
58ª JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

12 de mayo de 2024. Solemnidad de la Ascensión de Señor

MENSAJE DE LA COMISIÓN EPISCOPAL PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES

«Una inteligencia artificial con sesgo de humanidad»

La sociedad de nuestro tiempo vive ahora impregnada por una nueva realidad. Es la creada por la inteligencia artificial: una revolución más en un mundo en cambio permanente. Se ha dicho de ella que es un medio que se suma a tantos otros de la historia de la humanidad que han contribuido a su desarrollo. Pero ciertamente no es un medio cualquiera. Por sí misma, es capaz de crear contenido nuevo, de ordenar el contenido existente, de ofrecer mundos paralelos a las realidades que vivimos. Es una revolución sustancial y, aunque está en sus inicios, ya se puede decir que supera lo que supuso internet a finales del siglo pasado, o las redes sociales al principio de este.

Una nueva revolución, la tercera en treinta años, que afecta a todo y a todos: a las relaciones humanas, a las relaciones entre estados y sus ciudadanos, al empleo y al futuro laboral de las personas, a la ciencia y a la medicina, a la cultura y a la creación artística. De manera singular, en el mundo de la comunicación, los profesionales observan con atención y preocupación el impacto de la inteligencia artificial en las empresas periodísticas, en la calidad informativa y en lo que se produce.

Ante una revolución de tanto calado, una primera reflexión atañe a la dignidad humana. Con los cambios profundos que conlleva y que anuncia, la inteligencia artificial, en la medida en que afecta profundamente a las personas, debe tener al ser humano y a su dignidad en el centro.

No sólo debe respetar y proteger la dignidad humana sino que debe asentarla y fortalecerla. Debe contribuir a su promoción y a su difusión para alcanzar, sobre todo, aquellas

circunstancias y lugares en los que está más devaluada. Una inteligencia artificial que olvide que el fin de toda acción es el ser humano debe ser corregida y reorientada.

Como hemos señalado, uno de los ámbitos en los que la inteligencia artificial está jugando ya un papel decisivo es el de la comunicación. Lo hace ya en áreas tan diversas como la creación de imágenes, el desarrollo de contenidos, la documentación e interpretación, la traducción de textos, la analítica de los mensajes, etc.

En todas estas actividades la inteligencia artificial, solo por sus ingredientes de rapidez y eficiencia, supone un apoyo notable para la comunicación, que mejora exponencialmente día a día. Es un buen apoyo que acabará siendo imprescindible si permite a los profesionales dedicar más tiempo a los aspectos centrales de su actividad: la profundización en las historias, en sus causas y sus consecuencias; el encuentro con las personas; la escucha de los testimonios; el desplazarse a los lugares de la noticia, etc. En este sentido, como ocurre al valorar cualquier medio, la inteligencia artificial es una oportunidad valiosa al servicio de la comunicación.

Pero el horizonte que presente este medio no es solo de oportunidad sino también de riesgo. El peligro reside en que la inteligencia artificial deje de ser un medio y se convierta en un sujeto: con iniciativa propia, con capacidad de interpretar la realidad o la actualidad según sesgos desconocidos, con empuje para ofrecer soluciones o conclusiones ajenas al corazón del hombre. Por eso, es el momento de velar, entre los profesionales, las empresas de comunicación y las instituciones públicas, para que las herramientas vinculadas a la inteligencia artificial estén al servicio de los profesionales de la comunicación, pero que no les sustituya porque las tecnologías no tienen corazón, pero las personas sí.

Esa actuación requiere un esfuerzo. Como cualquier otro medio que surge, por sí mismo no tiene una orientación inequívoca al bien. Está sujeta a la voluntad humana, que puede hacer con ella un bien, un servicio o un beneficio social, o, en el otro extremo, fomentar el descarte, el enfrentamiento, el odio o la desvinculación. Por ello, es preciso hacer el esfuerzo de orientar su desarrollo con un marco moral, dado que la ética no es un límite sino una potenciación de su dimensión de servicio al bien de la humanidad. En este sentido, el papa Francisco, en su mensaje de este año en la Jornada mundial de la paz, señalaba que “no debemos permitir que los algoritmos determinen el modo en el que entendemos los derechos humanos, que dejen a un lado los valores esenciales de la compasión, la misericordia y el perdón o que eliminen la posibilidad de que un individuo cambie y deje atrás el pasado”.

Como primeros presupuestos éticos para la utilización de la inteligencia artificial en la comunicación, podríamos señalar que:

- Las decisiones humanas deben supervisar las propuestas de valor y de contenido que surgen de la inteligencia artificial.
- Además, las aportaciones de la inteligencia artificial deben ser identificadas como propuestas elaboradas con esa herramienta.

- También deben ser conocidos los elementos aportados, su procedencia y la evolución en la elaboración.
- Su contribución se debe orientar a la mayor precisión de la información y a su mejor comprensión.
- En última instancia, la inteligencia artificial debe estar al servicio de la verdad que el ser humano debe conocer para tomar sus decisiones en libertad.

De este modo veremos, como dice el papa Francisco en su mensaje para esta Jornada, “si la inteligencia artificial acabará construyendo nuevas castas basadas en el dominio de la información, generando nuevas formas de explotación y desigualdad; o si, por el contrario, traerá más igualdad, promoviendo una información correcta y una mayor conciencia del cambio de época que estamos viviendo”.

En estos primeros estadios de su desarrollo y difusión es también momento de promover, desde la comunicación, la difusión de esta herramienta, liberada de sus dimensiones negativas, a todas las personas, de manera especial a los pobres y marginados. Esto se puede articular en dos direcciones: por un lado, que sus potencialidades sirvan para su desarrollo personal y su integración en la corriente social de este tiempo. Por otro lado, se ha de trabajar para que los contenidos que ofrezca la inteligencia artificial y las propuestas que produzca tengan siempre un sesgo de humanidad hacia las personas que tienen más dificultades para salir adelante en una sociedad que les descarta.

La inteligencia artificial debe ser liberada de sesgos ideológicos, políticos, de eficiencia económica, que expulsan al ser humano del centro de la actividad de comunicación. El sesgo de humanidad es el único indispensable en una inteligencia artificial socialmente responsable, al servicio de la dignidad del hombre y de nuestro tiempo.

De igual modo, toda comunicación es, de manera especial en ese tiempo, uno de los elementos claves para la fortaleza de las democracias. Por eso, es preciso proteger este derecho constitucional a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión, de los poderes económicos y políticos, que tantas veces desean limitarlo.

Al concluir nuestro mensaje para esta Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, no podemos olvidar a los periodistas que han perdido la vida en el ejercicio de este servicio a la sociedad. De manera especial en los conflictos en los que la primera víctima es la verdad y quienes la sirven. A María, reina de la Paz, y al beato Lolo, los encomendamos para que reciban el premio debido a los servidores de la verdad.

- + Mons. José Manuel Lorca, obispo de Cartagena y presidente de la CECS
- + Mons. Salvador Giménez, obispo de Lleida
- + Mons. José Ignacio Munilla, obispo de Orihuela-Alicante
- + Mons. Sebastià Taltavull, obispo de Mallorca

- + Mons. Fernando Prado, obispo de San Sebastián
- + Mons. Cristóbal Déniz, obispo auxiliar de Canarias
- + Mons. Joan Piris, obispo emérito de Lleida