

Sesgos¹ de género en los algoritmos: un círculo perverso de discriminación en línea y en la vida real

Miren Gutiérrez, eldiario.es, 7 de febrero de 2021

Un algoritmo de inteligencia artificial (IA) aprendió a asociar mujeres con imágenes de cocinas, basado en decenas de miles de fotografías de internet, porque aparecen más mujeres que hombres fotografiadas



en cocinas en la Web. Mientras aprendía, el algoritmo multiplicó el sesgo presente en el conjunto de datos² en el que se basaba, amplificando (no simplemente replicando) la asociación sesgada entre cocinas y mujeres. Este es uno de varios estudios de caso que están demostrado cómo los sistemas de aprendizaje automático —conocidos como machine learning (o ML)— incorporan y aumentan los sesgos de género. (...)

Las plataformas

El surgimiento de las plataformas como modelo económico dominante lo cambia todo. El machine learning hace posibles todas las interacciones que tenemos con plataformas como Amazon, Facebook, Google y Netflix. La IA decide qué ofrecer mediante la personalización de los resultados. La desigualdad en la publicidad, el cine, los videos musicales y la televisión cobra³ una nueva vida cuando las plataformas toman decisiones algorítmicas basadas en estos contenidos, lo que potencialmente multiplica los prejuicios y establece un círculo vicioso. El problema es que los sesgos algorítmicos se encuentran en todas las plataformas.(...)

Un obstáculo para abordar los prejuicios⁴ es que la decisión algorítmica se percibe como más justa que la decisión humana. (...)Una encuesta publicada por el Pew Research Center indica que el 40% de las personas en los EEUU piensan que los ordenadores pueden tomar decisiones sin sesgos.(...)

El sesgo de filtro

El sesgo de filtro se produce cuando quien busca información solo encuentra contenido que refuerza sus

ideas, gustos y preferencias. Es decir, los filtros o las burbujas⁵ de información no solo reflejan⁶ las identidades del/a usuario/a definidas por los algoritmos, sino también las opciones que tiene éste/a al integrar sus propios sesgos. (...)

Algunos de estos sesgos actúan juntos. Combinando sesgos de interacción, selección y presentación, el sistema de publicidad en línea de Google propone los trabajos mejor remunerados a los hombres. (...) Si las únicas personas que ven y hacen clic en anuncios de trabajos bien remunerados son hombres, el algoritmo aprende a mostrar esos anuncios solo a ellos.(...)

El reconocimiento facial

La exploración del sesgo de género algorítmico visual se ha centrado en los algoritmos de procesamiento de imágenes (conocidos en inglés como image processing algorithms o IPA) y, en concreto, en los sistemas de reconocimiento facial. Por ejemplo, un estudio revela que tres de las IA de reconocimiento facial (IBM, Microsoft y Megvii) podrían identificar el género de una persona en una fotografía el 99% de las veces, pero solo en el caso de hombres blancos; para las mujeres de piel oscura, la precisión se redujo al 35%. (...)

Un círculo vicioso

El círculo perverso de los sesgos algorítmicos: Datos audiovisuales sesgados que provienen del mundo real se digitalizan, los algoritmos los toman, aprenden y basan sus decisiones en ellos, que tienen consecuencias en el mundo real.

La “condición algorítmica” está alterando los derechos humanos, que prohíben la discriminación por razón de sexo o género. En una sociedad en la que todo lo que hacemos se transforma en datos, procesados, digeridos y mediados por algoritmos que contribuyen a decisiones críticas, los derechos de las mujeres dependen de una ética y una agenda de investigación que promueva la igualdad de manera proactiva.

1. el sesgo: le travers, ce qui est biaisé 2. un dato: une information, une donnée 3. cobra: (ici) prendre 4. un prejuicio: un préjugé 5. una burbuja: une bille 6. reflejar: refléter