

Libertad limitada de elección

Hoy en día en la era digital en la que vivimos tenemos herramientas y algoritmos que facilitan y optimizan nuestras vidas, y una de sus tareas es guiar nuestras decisiones diarias desde el contenido que vemos en redes sociales hasta los productos que vemos en línea. Sin embargo al usarlos diaria y constantemente creamos una dependencia a estas herramientas y algoritmos lo cual genera un desafío ético preocupante ‘la libertad limitada de elecciones’ fenómeno que se da cuando los algoritmos estudian y analizan tanto nuestros movimientos, decisiones , historial online, ubicación geográfica y otros parámetros para ser capaces de ajustar nuestras preferencias para personalizar nuestra experiencia digital, el grave problema que esto presenta es que estos algoritmos restringen nuestra capacidad de tomar decisiones al limitar la información, noticias y productos que vemos.

Los algoritmos que usamos tienen como propósito mejorar la experiencia de nosotros los usuarios , basándose en nuestro historial de búsqueda , las personas con las que tenemos interacción en línea, los sitios que visitamos frecuentemente, los productos que compramos, etc. para personalizar las opciones que nos muestras y que vemos nosotros los usuarios, a primera vista esta personalización nos podría parecer muy útil y conveniente sin embargo el precio que pagamos es que esto resulta en una restricción de libertad de elección. Un ejemplo muy sencillo de esto es que cada vez que nos metemos a amazon los productos que vemos en display fueron seleccionados para nosotros mediante algoritmos, y esto lo conocemos como ‘burbujas de filtro’ ya que solo estamos expuestos a una visión muy limitada de todas las opciones que hay, lo cual reduce nuestra capacidad de explorar otras opciones, más productos o nuevas perspectivas.

El verdadero problema llega cuando de limitar nuestro consumo de productos en amazon la situación escala y esta ‘burbujas de filtro’ también afecta la manera en que percibimos el mundo. Por ejemplo si lo vemos por el lado de la información estos algoritmos limitan nuestra exposición a diferentes puntos de vista lo cual da paso a sesgos y a fortalecer movimientos políticos extremistas; por ejemplo si antes de las campañas presidenciales me encuentro indecisa por quien votar, si constantemente recibo información, publicidad y propuestas ya sea en mi correo electrónico, en post y stories de instagram, canales de difusión, en las noticias, etc. de un solo partido es posible que me incline a votar por este partido ya que sin yo quererlo estuve más expuesta a esta información, sesgando mi percepción e influyendo directamente en la decisión de mi voto.

Es por eso que desde un punto de vista ético es vital que se implementen regulaciones que les exijan a los partidos políticos, empresas, negocios online, etc. que se maneje mayor transparencia y tener mayor control nosotros los usuarios para ajustar o desactivar estas personalizaciones para tener mayor diversidad en las opciones que se nos presentan.

Claro, los algoritmos mejoran la eficiencia y satisfacción que nos llevamos online los usuarios, sin embargo también tienen la capacidad de restringir nuestra libertad de elección lo cual llega a ser perjudicial para nosotros los usuarios y para toda la sociedad en general. Por lo cual es vital que se maneje la transparencia online y que nosotros como usuarios encontremos un equilibrio entre la personalización digital con la diversidad en las opciones disponibles para nosotros los usuarios.