

El Diseño de Servicios en la Era de los Macrodatos

Cuando me enteré de pequeña que Google y Facebook constantemente recopilaban datos sin mi consentimiento, con intenciones de venderlos, me sentí súper traicionada por el internet. No me parecía correcto, y me molestaba que nadie se cuestionara o no tomara en cuenta las implicaciones relacionadas. Cuando leí el artículo "Accountable algorithms: The ethical implications of data-driven business models", me encontré fascinada por el análisis planteado, que de forma resumida abarcó muchos de los temas éticos relacionados con el manejo de datos en la actualidad.

Pero antes de adentrarnos en debates sobre si se deberían utilizar los datos a gran escala, es necesario regresar al primer paso y cuestionar la legitimidad de la recolección de los datos. El diseño de servicios en la era digital no solo debe centrarse en la eficiencia, también es relevante la transparencia.

La era de los macrodatos ha transformado la manera en que los servicios se manejan hoy en día. Las empresas recopilan y analizan enormes volúmenes de datos para personalizar experiencias, optimizar procesos y crear valor añadido. Esto es bien sabido ya que dichas empresas presumen de sus servicios. Sin embargo, ¿realmente los usuarios han otorgado su consentimiento de manera informada y voluntaria? Casi nadie lee los términos y condiciones; las empresas tienden a hacerlos complejos y poco claros. La persona promedio no comprende cómo se utilizarán sus datos, por lo que el consentimiento se ha convertido en un trámite mal informado y no en una decisión consciente de los usuarios.

El problema se agrava cuando hay una falta de alternativas. Incluso si una persona decide informarse y quiere tomar medidas para proteger su privacidad, se puede ver obligada a dar su información. De no aceptar las políticas, los usuarios dejarían de tener acceso a servicios esenciales en su vida. Esta situación crea un consentimiento forzado y trae consecuencias a largo plazo, como la poca confianza en las empresas, o eventos que están empezando a surgir, como el incremento del escepticismo y la resistencia a las nuevas tecnologías.

Otro aspecto crucial, cuando se habla del diseño de servicios, es el pilar fundamental que es la transparencia. Las empresas tienen la responsabilidad de comunicar de forma simple y clara cómo se recopilan, almacenan y utilizan los datos de las personas. Además, no debe limitarse a la fase de recolección de datos; lo ideal es que se extienda a todo el ciclo de vida del servicio. Los usuarios deben ser informados de cómo está evolucionando el uso de sus datos a medida que se desarrollan nuevas funcionalidades en el servicio. Un enfoque ético también implica ofrecer opciones claras para que los usuarios puedan revocar su consentimiento en cualquier momento. Todo esto refuerza la autonomía y el control del usuario sobre su información personal.

En conclusión, el diseño de servicios en la era de los macrodatos plantea problemas éticos. Un diseño de servicios verdaderamente responsable debe priorizar el consentimiento informado y la transparencia en el manejo de datos. Todo para garantizar que los usuarios puedan tomar decisiones conscientes sobre su información personal. Solo así se podrá avanzar hacia un futuro en el que la innovación tecnológica se alinee con los principios éticos fundamentales y el respeto por los derechos individuales.