

El diseño ético de productos y servicios digitales como instrumento para resguardar la dignidad, libertad y salud mental de los usuarios

The ethical design of digital products and services as an instrument to safeguard the dignity, freedom and mental health of users

NATHALIE WALKER SILVA¹ 

RESUMEN

El trabajo examina algunas estrategias de diseño adictivo empleadas por las plataformas de entretenimiento o comunicación interpersonal y su repercusión en la dignidad, libertad y salud mental de los usuarios. Frente a ello, se argumenta en torno a la necesidad de resguardar la dignidad humana desde el diseño mismo de esos productos y servicios, con base en una iniciativa del Parlamento Europeo tendiente al estudio de las lagunas legales en la materia y a la generación de propuestas legislativas contra el diseño adictivo.

Palabras clave: Diseño ético, diseño adictivo, productos digitales, productos digitales, dignidad humana.

ABSTRACT

This paper examines some addictive design strategies used by entertainment or interpersonal communication platforms and their impact on the dignity, freedom and mental health of users. In response to this, the argument is based on the need to safeguard human dignity from the very design of these products and services, based on an initiative of the European Parliament aimed at studying the legal loopholes in the matter and generating legislative proposals against addictive design.

Keywords: Ethical design, addictive design, digital products, digital products, human dignity

¹ Abogada. Licenciada en Derecho, magíster en Ciencia Jurídica y doctora en Derecho, Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesora de Derecho Civil, Universidad Alberto Hurtado. Facultad de Derecho. Departamento de Derecho Privado. Almirante Barroso 10, Santiago, Región Metropolitana, Chile. Correo electrónico: nwalker@uahurtado.cl
Artículo desarrollado con financiamiento de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID), proyecto Fondecyt de iniciación en investigación n.º 11230097, del cual la autora es la investigadora responsable.

1. La dignidad humana

El veintidós de abril de 2024 se cumplieron trescientos años del nacimiento de Immanuel Kant. Se trata de un evento de especial relevancia para la filosofía y el derecho. Entre muchas otras contribuciones a esas disciplinas, los trabajos de Kant influyeron en forma decisiva a configurar la noción de dignidad humana que todavía perdura. Aquel concibió a la persona humana como un sujeto que es siempre un fin en sí mismo, nunca un medio para conseguir un fin, por muy loable o valioso que éste sea.² En tal sentido, un ser humano que no se respeta a sí mismo o no sea respetado por los demás, se convertirá en un medio y dejará de ser un fin; por eso, ese respeto habrá de convertirse en uno de los referentes del ordenamiento jurídico en su trato a cada individuo (Otero, 2006, p. 44).

Pese a la contundencia y profundidad de las ideas de Kant, éstas son más sencillas de solventar en el papel que en la vida cotidiana. Podemos insistir, una y otra vez, en que la dignidad es un valor irrenunciable, o que el ser humano nunca puede ser reducido a la calidad de objeto; pero sabemos por experiencia que, en la vida real y concreta, las cosas no funcionan con arreglo a los nobles postulados del citado filósofo.³

El mundo en que hoy vivimos se nos presenta con una infinitud de matices o complejidades que hacen muy difícil tutelar la dignidad de las personas en forma eficiente y en todos los ámbitos. En este contexto, el énfasis en la dignidad humana se manifiesta como un elemento central para la creación y aplicación del derecho, si lo que buscamos es que éste cumpla una genuina función de servicio al ser humano, para establecer un orden social justo (Otero, 2006, p. 19).

Si bien sabemos que existen diversas concepciones de dignidad,⁴ en lo que concierne a cada individuo —dignidad vista en singular—, pueden establecerse tres postulados fundamentales. El primero, sitúa al ser humano como valor límite de toda organización política y social; el segundo postulado reconoce que la libertad y la racionalidad son valores constitutivos y rasgos identificadores del ser humano; y, el tercer postulado, implica aceptar que todas las personas humanas somos iguales en cuanto a tenencia y disfrute de la dignidad, la racionalidad y la libertad (Otero, 2006, p. 29).

De esto no debe, sin embargo, colegirse que la dignidad es algo que el ser humano detenta sin más, como un rasgo característico, “de la misma manera que cada uno posee el color de piel u otros rasgos genéticos” (Otero, 2006, p. 22). Si bien la dignidad de las personas está presente en su calidad de tales, puede aminorarse o acrecentarse. Y ello depende de las acciones que ellas mismas ejecuten —u otros, para con ellas—, lo que la convierte en un valor dinámico en su composición. En consecuencia, consiste en:

Un valor que, al menos en su versión última y más acabada, debe crearse como consecuencia de las acciones positivas de los seres humanos libremente adoptadas y responsablemente asumidas. De modo

² En palabras del mismo Kant, “en el reino de los fines todo tiene o bien un precio o bien una dignidad. En el lugar de lo que tiene un precio puede ser colocado algo equivalente, en cambio, lo que se halla por encima de todo precio y no se presta a equivalencia alguna, eso posee una dignidad [...]. Lo que constituye la única condición bajo la cual puede algo ser un fin en sí mismo no posee simplemente un valor relativo, o sea, un precio, sino un valor intrínseco: la dignidad. Ahora bien, la moralidad es la única condición bajo la cual un ser racional puede ser un fin en sí mismo, porque solo a través suyo es posible ser un miembro legislador en el reino de los fines. Así pues, la moralidad y la humanidad, en la medida en que ésta es susceptible de aquélla, es lo único que posee dignidad” (Kant, 2012, p. 148).

³ En su libro *La dignidad humana*, Peter Bieri (2017) desarrolla varios ejemplos para ilustrar cuándo una persona es tomada como un simple medio para alcanzar un fin y las consecuencias morales que ello acarrea.

⁴ Al respecto, se ha reconocido que el ser humano tiene conciencia de su dignidad desde que tiene memoria escrita. En efecto, un fundamento religioso de la dignidad puede encontrarse en el Génesis, a propósito de la alegoría del ser humano creado a imagen y semejanza de Dios. Por lo mismo, la dignidad aparece como un concepto prejurídico y prepolítico, que a veces aparece con tintes morales, pero que, en cualquier caso, llega a convertirse —nada menos que en el hilo conductor de la historia de las ideas en Occidente (Otero, 2006, pp. 20 y 40).

que la dignidad, aunque por un lado está ínsita en cada ser humano por el hecho de serlo, por otro, y sin que una cosa excluya a la otra, es preciso que el sujeto la procure y la acreciente (Otero, 2006, pp. 22-23).

Las reflexiones previas son susceptibles de trasladarse al contexto cotidiano en que las personas desarrollan su existencia, e involucran los instrumentos e interacciones necesarios para que aquellas puedan alcanzar sus fines propios. La dignidad de las personas debe ser respetada y promovida en todo ámbito y por todos los actores involucrados; incluidos, por cierto, los vinculados al uso de tecnologías, como es el caso de los productos y servicios digitales. En este último campo, una de las situaciones que causa más preocupación, respecto de eventuales atropellos o menoscabos a la dignidad humana, son las consecuencias del uso —y abuso— de las plataformas de entretenimiento o de comunicación interpersonal, entre ellas, las denominadas “redes sociales”. Se trata de un área que ha suscitado múltiples interrogantes en torno a la utilización de las personas como medios para alcanzar fines de naturaleza meramente económica, en desmedro de su dignidad, libertad y salud mental.

Pareciera que el gran problema ya no radica en un asunto de mera entrega de más y mejor información a los usuarios de productos y servicios digitales, sino en cómo estos últimos son concebidos desde su diseño. A este respecto, hoy se cuenta con información que respalda la idea de que varios de ellos se proyectan, desde un comienzo y en cierto sentido, como herramientas de manipulación de la voluntad (Bihr, 2020, pp. 436-447), como elementos causantes de adicción y como fuente de incentivos más aparentes que reales, que solo se traducen en ganancias para las empresas que los ofrecen y en costos para el bienestar de las personas que los utilizan. En efecto, se ha diagnosticado que estamos adentrándonos en una era de digitalización progresiva del mundo, debido a una arquitectura tecnológica que fomenta la conexión de todas las superficies —el cuerpo, el vehículo, el domicilio, el entorno laboral o urbano—, con el objetivo de registrar todos los nuestros comportamientos e instaurar una “industria de la vida, que buscará sacar beneficio hasta de nuestros menores gestos” (Sadin, 2023, p. 26).

Por todas estas razones, organismos comunitarios, como el Parlamento Europeo, han comenzado a involucrarse en estos asuntos, con la finalidad de encontrar la mejor forma de proteger a los usuarios frente a las amenazas de ciertas tecnologías mal proyectadas o diseñadas.

2. Diseño ético de productos y servicios digitales

En la Resolución de 12 de diciembre de 2023, sobre el diseño adictivo de los servicios en línea y la protección del consumidor en el mercado único de la Unión Europea, el Parlamento Europeo aprobó un informe en que se reclama el desarrollo de productos y servicios digitales éticos, que no se basen en patrones opacos ni en diseños adictivos. En dicho informe, los eurodiputados advirtieron

Acerca de la naturaleza adictiva de los juegos en línea, las redes sociales, los servicios de emisión en continuo de películas, series o música, y los mercados y tiendas en línea, que explotan las vulnerabilidades de los usuarios para captar su atención, mantenerlos conectados el máximo tiempo posible y monetizar sus datos.

En este preocupante contexto, el pleno del Parlamento instó a la Comisión Europea a abordar las lagunas legales y a presentar propuestas legislativas contra el diseño adictivo, que procura que el usuario permanezca el mayor tiempo posible en pantalla, reteniendo su atención con nuevos contenidos que se despliegan en forma sucesiva, captando su atención para generar réditos económicos por diversas vías.

La iniciativa de los eurodiputados busca lograr una evaluación exhaustiva de la situación y que se prohíban ciertas características de diseño nocivas como el deslizamiento ilimitado, el inicio automático de los juegos por defecto y las notificaciones en tiempo real constantes. Un contexto como este solo es posible gracias a los actuales modelos de negocios, que son impulsados por datos. Estos modelos “crean fuentes de ingresos a partir de su acceso a información valiosa sobre los clientes en un contexto más amplio, lo que depende cada vez más de la analítica y el *software* inteligente para ampliar las perspectivas” (Schwab, 2016, p. 81).

El denominado *infinite scroll*—deslizamiento ilimitado de la pantalla del teléfono móvil o dispositivo—tal vez sea la herramienta más poderosa para determinar el tiempo de permanencia en los usuarios, porque muestra contenido cada vez más atractivo, no de un modo general, sino para cada persona en particular, pues se basa en métricas vinculadas a cada persona y sus gustos propios. Se configura con ello un círculo vicioso, porque a medida que el usuario permanece más tiempo en línea, más datos recopila de él la plataforma, y, al contar con más información, puede personalizar mejor la oferta de servicios para dar a la persona exactamente lo que le gusta, sin límites de tiempo. De tal modo que el usuario de interesa por lo que ve, valorándolo como contenido gratuito y entretenido, sin percatarse de que la plataforma busca tenerlo retenido, captando su atención con la finalidad de conocer con la mayor profundidad posible sus preferencias para hacerle ofertas personalizadas de productos y servicios “que no podrá rechazar”.⁵ Con este tipo de prácticas, la plataforma tiene un conocimiento tan perfecto de los gustos del usuario, que la publicidad dirigida, segmentada y personalizada será tan efectiva que será cada vez más aceptada por el usuario.

Éste es un diagnóstico a nivel general y de herramientas comunes. Pero también existen casos emblemáticos de malas prácticas que son especialmente preocupantes, que incluso han llegado a ser sancionadas por la especial lesividad a los derechos y dignidad de las personas. Un ejemplo concreto es la estrategia de la red TikTok, que comenzó a aplicar, en una de sus versiones, una recompensa a los usuarios, pagándoles por ver videos, dar “me gusta” o recomendar a otros. Se trataba de una aplicación que pagaba con puntos, canjeables en *giftcards* a quienes la usaran o recomendaran. Según TikTok, su intención era potenciar el uso de la red en los adultos, pero esto generó tal preocupación —sobre todo por los peligros potenciales para los menores de edad— que la Comisión Europea amenazó con bloquear a la red social china si continuaba usando esas prácticas. Precisamente, ante la amenaza de bloqueo, TikTok suspendió su aplicación, demostrando que este tipo de advertencias pueden ser efectivas para tutelar los intereses de los usuarios (Bieri, 2017, p. 143).

Sobre este punto, cabe recordar la necesidad de proteger la autoridad de las personas frente a los productos y servicios digitales, no solo como consumidores, sino también como sujetos deseantes; lo cual implica, por cierto, la posibilidad de hacer una elección consciente y, junto a ella, el rechazo a ser subyugados y convertidos en objeto de experimentación del vendedor o de quien les ofrezca alguna cosa (Bieri, 2017, p. 143).

Desde el prisma del diseño de productos y servicios digitales, el Parlamento Europeo ha enfatizado en la falta de transparencia sobre el funcionamiento de las interfaces de los servicios en línea. Por eso, ha insistido en que las compañías deben estar obligadas a desarrollar productos y servicios digitales éticos “por defecto”, sin presencia de patrones opacos ni un diseño engañoso o adictivo. Esto es, efectivamente, un asunto de transparencia y por lo mismo es razonable pensar que si los valores sociales, tecnológicos y económicos no forman parte de una declaración expresa de principios de las empresas —sobre todo de los

⁵ En consecuencia, una vez que un determinado cliente ha configurado un historial de confianza y seguridad en la plataforma, al proveedor digital le resulta fácil ofrecerle otros productos y servicios (Schwab, 2016, p. 84).

gigantes tecnológicos—, es muy improbable que los mejores intereses de la humanidad sean prioritarios en los procesos de investigación, diseño y despliegue (Webb, 2021, p. 150) de productos y servicios digitales.

La transparencia apunta a contar con más datos en la cadena de suministro, más datos al alcance de los consumidores y, por tanto, una mayor posibilidad para que estos últimos puedan comparar la calidad de productos y sus características (Schwab, 2016, p. 75). Pero, pese a sus evidentes ventajas, la transparencia es difícil de conseguir, sobre todo si se piensa en el creciente desarrollo técnico y geopolítico de la inteligencia artificial (IA),⁶ que con cada nuevo avance

Se vuelve más invisible para nosotros. Cada vez es menos obvio saber cómo se lleva a cabo la extracción y el refinamiento de nuestros datos, mientras que nuestra capacidad para entender de qué manera toman decisiones los sistemas autónomos se vuelve menos transparente. Estamos frente a un vacío en la comprensión de cómo la IA está impactando la vida cotidiana en el presente, y ese vacío crece exponencialmente conforme van pasando los años y las décadas (Webb, 2021, pp. 22-23).

Llegados a este punto, es preciso tener presente que, hasta ahora, los sistemas tecnológicos —sobre todo los de IA— siguen siendo opacos, por varias razones, como el consistir en procesos patentados y amparados por estatutos de propiedad intelectual. Los productos y servicios digitales que emplean IA están diseñados para la optimización, no para la interrogación o transparencia, con lo cual las razones que justifican ciertas decisiones siguen siendo un completo misterio (Webb, 2021, p. 163; Sadin, 2023, p. 43). En consecuencia, para que enmienden el rumbo hacia la transparencia es imprescindible modificar e intervenir su diseño.

Un aspecto interesante de la batalla del Parlamento Europeo, que busca mitigar la naturaleza adictiva de las plataformas y proteger a los consumidores, es la idea preliminar de configurar un “derecho digital a no ser molestado” (Parlamento Europeo, 2023, p. 11). Este derecho estaría orientado a evitar o, al menos, a disminuir las interacciones unidireccionales desde las plataformas hacia los usuarios, por ejemplo, a través de notificaciones y estrategias para captar su atención, de modo que no todo esté permitido en esta carrera por mantenerlo cautivo de los contenidos y publicidad que se les ofrecen.

Además, se plantea divulgar una lista de buenas prácticas, con un trasfondo educativo que oriente la actividad en línea dentro de ciertos márgenes que se consideren saludables y deseables, tanto a nivel individual como grupal (Parlamento Europeo, 2023, p. 11).

Una de las propuestas que destaca especialmente es la de “pensar antes de compartir”, que apunta a aumentar la reflexión del usuario en torno a la veracidad, la utilidad y la necesidad de compartir el contenido ofrecido. Esto podría, por una parte —y entre otros efectos—, reducir la práctica de difusión de *fake news*⁷ y, por otra, promover la mejora de la atención en lo que el usuario lee o percibe, pudiendo valorar mejor la calidad, pertinencia y fiabilidad del contenido.

Otras iniciativas que apuntan al bienestar de los usuarios y que dicen relación con el diseño de productos y servicios digitales son, entre otras: el desactivar todas las notificaciones por defecto, para permitir a las personas una real desconexión, aunque sea temporal, de aquellos; los resúmenes semanales del tiempo

⁶ Sobre el desarrollo geopolítico de la IA, Erik Sadin (2023, p. 23) afirma que “la mercantilización integral de la vida y la organización algorítmica de las sociedades constituyen las nuevas modalidades de una gubernamentalidad mayoritariamente tecnoliberal”.

⁷ La difusión de noticias falsas es solo una parte de las dificultades asociadas al uso de las redes sociales. Lo que vemos, leemos y compartimos en ellas da forma a nuestras decisiones estrictamente personales y también a nuestras decisiones políticas y cívicas (Schwab, 2016, p. 123).

total de pantalla, recomendaciones en línea más neutras, como las basadas en el orden cronológico; la elección de aplicaciones en escala de grises y el bloqueo automático del servicio tras un tiempo de uso predeterminado (Parlamento Europeo, 2023, p. 12).

3. Diseño ético y libertad humana

Una interrogante pertinente en la discusión es si basta —si es suficiente— la libertad de escoger para entender que se respeta la dignidad humana. En este ámbito, la forma en que opera el diseño de productos, servicios y plataformas digitales conduce la respuesta a la negativa. Si nuestra libertad de escoger se condiciona solo a la recepción de una información que, por diversas razones, no podemos comprender, no es en rigor la libertad lo que se preserva, sino otros bienes o valores distintos.

En la misma línea anterior, uno puede decidirse libremente por un actuar que, pese a la decisión voluntaria, atenta contra la dignidad; como ocurre en el caso de una persona que acepte permanecer durante horas conectada a una aplicación (*app*) viendo videos, recomendando contenido o repartiendo *likes* porque le pagarán por ello. En tal caso, y por mucho que lo haga con agrado de su parte, esa persona se rebaja a un mero objeto, como si fuese un robot, al ejecutar una tarea —en cierto sentido— denigrante e irreflexiva. Frente a la libertad del individuo existe un bien aún superior: el de no corromper su dignidad a propósito (Bieri, 2017, p. 34).

La elección del usuario debe ser consciente y a eso deben apuntar las regulaciones, aunque en la práctica no lo están logrando. Lo que suele ocurrir en mercados con “información imperfecta” es que la regulación tiende a expresarse ordenando a los productores a que otorguen más y mejor información o que eliminen barreras de acceso a dicha información; o bien se expresa mediante regulaciones más directas y restrictivas para controlar o prohibir la inclusión de ciertos términos en los contratos, como el régimen de cláusulas abusivas. Pero, desde un punto de vista de la economía del comportamiento, eso no es suficiente por sí mismo para afrontar los problemas. La práctica comercial permite comprobar que ordenar a las empresas proveer más y mejor información no reduce, como único factor, la tendencia de los consumidores a actuar de manera desinformada. Si el problema se aborda desde un enfoque comportamentalista, más que visualizar una falla de “información imperfecta”, lo que se verá es una “falla en el comportamiento del mercado”, una falla “en no leer los contratos”, o fórmulas similares (Caycedo y Monroy, 2019, pp. 52-53).

Por otro lado, el mercado del consumo no se ajusta a las clásicas condiciones ideales de una contratación igualitaria, racional, negociada, reflexiva, con etapas previas de formación del contrato, en condiciones profesionales. Al contrario, existen condiciones estructurales del mercado que distorsionan las condiciones ideales de libertad y consciencia, entre las que se encuentran: la presión por la inmediatez en la toma de decisiones, las dificultades de acceso a la información completa y neutral sobre las opciones que ofrece el mercado. A estas y otras condiciones estructurales, se suman otras circunstanciales, como la urgencia con que se requiere el producto o servicio, el tiempo con que se cuenta para procurarse la información, valorarla y tomar decisiones; o la disponibilidad de recursos (Caycedo y Monroy, 2019, pp. 89-90). Por si esto fuera poco, hay que sumar también otras condiciones propias del sujeto, que podríamos calificar de condiciones estructurales individuales, como su propia concepción de la vida —y de cómo quiere vivirla—, su educación, vulnerabilidades, limitaciones, sesgos, aspiraciones, y un largo etcétera.

A mayor abundamiento, a toda la complejidad ya expresada, es preciso añadir que pese a que la decisión libre es una condición necesaria para la dignidad, no es condición suficiente. La libertad de decisión no proporciona por sí misma dignidad (Bieri, 2017, p. 33). En efecto, también se atropella la dignidad de

una persona cuando se le priva de comprender lo que ocurre con la propia vida, cuando se le manipula y engaña para obtener su dinero y, lo que es peor, parte importante de su tiempo y su experiencia vital. De otro modo, no se vislumbra cómo la práctica empresarial de las plataformas y servicios digitales podría convertirnos en personas dignas y empoderadas de nosotros mismos, si su motivación es que pasemos el mayor tiempo posible sentados, inmóviles y evadidos de la realidad tangible que nos rodea;⁸ aislados del contacto humano real, adquiriendo cosas que no necesitamos y aspirando a guiar nuestra vida en base a modelos impuestos por el mercado o por la presión social de ser exitosos, sea lo que sea que eso signifique.

A todo lo anterior, se suma la presencia de lo que en ciencias del comportamiento y la teoría de juegos se llama *nudge* o empujón, que refiere a una manera indirecta de inducir a alguien a que adopte una determinada decisión. En palabras de Cass Sunstein y Richard Thaler (2017, p. 20), un *nudge* “es cualquier aspecto de la arquitectura de las decisiones que modifica la conducta de las personas de una manera predecible sin prohibir ninguna opción ni cambiar de forma significativa sus incentivos económicos. Para que se pueda considerar como *nudge*, debe ser barato y fácil de evitar. Los *nudges* no son órdenes. Colocar la fruta de forma bien visible es un *nudge*. Prohibir la comida basura no lo es”. Al emplear la noción de “arquitectura de las decisiones”, estos autores hacen un paralelo con las formas de arquitectura tradicionales. En ambos contextos —señalan— no existe tal cosa como un diseño “neutral” (Sunstein y Thaler, 2017, p. 17). Un buen edificio, además de atractivo, en términos estéticos, también debe funcionar y, en función de ello, si se parte de la base de que “todo importa”, se pueden tomar algunas decisiones que, sin costos elevados y sin invadir la libertad de elección, tengan efectos beneficiosos que es perfectamente posible anticipar con un diseño consciente (Sunstein y Thaler, 2017, pp. 17-18; Sunstein, 2014, p. 21).

Estos “empujones” son usados con frecuencia en nuestras experiencias digitales y una de sus finalidades es hacernos sentir que escogimos la alternativa correcta, sin importar si esa opción es o no la más adecuada para resguardar nuestros intereses (Walker, 2023). De esta forma, los usuarios vivimos, en realidad, una ilusión, una apariencia de haber escogido libremente, cuando solo hemos aceptado la alternativa escogida por una determinada empresa, en forma previa (Webb, 2021, p. 177).

En concordancia con todo lo expuesto, es indispensable contar con una legislación adecuada en materia de productos y servicios digitales que permita lograr un diseño respetuoso de la libertad y dignidad del ser humano. Recordemos que en esta área opera la denominada “ley de Conway”, según la cual, en ausencia de reglas claras e instrucciones precisas, las elecciones que hacen los equipos —y, en la materia en estudio, suelen tener una cantidad reducida de miembros— tienden a reflejar los valores implícitos en sus grupos de procedencia. En tal sentido, a estas alturas, está suficientemente demostrado que las opciones de diseño provienen de la forma en la que se organizan los equipos (composición y diversidad) y, dentro de esos equipos, los prejuicios y sesgos existentes suelen pasar desapercibidos (Webb, 2021, pp. 154-155; Danesi, 2022, p. 234).

En materia de libertad del ser humano, es ineludible analizar el creciente desarrollo de la IA, erigida como una suerte de “superyó” que, investido de la intuición de la verdad, está llamado a guiar nuestras vidas hacia una mayor eficacia y confort. El gran peligro de trasfondo, en todo esto, radica en el debilitamiento de la figura humana en tanto dotada de la facultad de juzgar y de actuar con libertad y conciencia (Sadin, 2023, p. 29). Lo que está ocurriendo es que estamos, poco a poco, siendo despojados de nuestro poder de decisión y entregándolo a sistemas artificiales operados por un puñado de empresas que estarían —supuestamente— mejor dotados para decidir que nosotros mismos.

⁸ Para profundizar en el estudio de las conductas adictivas propiciadas por las plataformas en línea, véase, a modo ejemplar, Bihr (2022) y a Cianmicino (2024).

En definitiva, todo confluye en el diseño —en un diseño ético—, porque uno de los problemas centrales del diseño de productos y servicios digitales existente es que ha permitido que surja un nuevo modelo económico, con fuentes inagotables de riqueza, y que no es otro que la interpretación y orientación de nuestro comportamiento (Sadin, 2023, p. 118). Ante esta realidad, resulta imperioso el trabajo colaborativo para la modificación de las estructuras existentes, a fin de preservar nuestra humanidad en cuanto seres pensantes, capaces de juzgar por nosotros mismos y de actuar en forma verdaderamente libre.

4. Diseño ético y salud mental de los usuarios

Los productos y servicios digitales —sobre todo los que emplean inteligencia artificial— han ido ofreciendo múltiples beneficios a la humanidad, especialmente en el área de la salud. Gracias a su aptitud para “predecir el futuro”, la IA ya opera como una potente aliada en el diagnóstico de enfermedades, en la atención médica y en la personalización de la medicina para que se adapte a las características individuales de cada sujeto (Danesi, 2022, pp. 46-47).

En el caso específico de las redes sociales, en cuanto servicios digitales, se han reconocido sus efectos positivos en la sociedad, puesto que permiten salvar la distancia física y posibilitan la conexión con personas que, sin dichas redes, no podría verificarse. No obstante sus ventajas, el diseño adictivo de las plataformas que las sustentan tiene consecuencias en la salud física y psicológica de los usuarios, y puede provocarles también daños materiales. Entre otros riesgos, hoy es posible advertir la pérdida de concentración, el estrés, la depresión y la menor actividad física (Parlamento Europeo, 2023, pp. 2 y ss.). Asimismo, la aparición de comportamientos adictivos o compulsivos, como el de revisar el teléfono móvil en forma constante, para ver qué novedades hay respecto de las publicaciones de otros o cuántos “me gusta” ha experimentado el contenido que hemos subido en forma previa a nuestras redes sociales.

En materia de salud mental, es también pertinente efectuar una crítica al uso de *nudges* o “empujones” a las personas para que escojamos ciertas alternativas predeterminadas. Las grandes empresas tecnológicas —que son quienes controlan las plataformas de entretenimiento y las redes sociales— hacen empujones a gran escala. Visto desde afuera, pareciera que ciertas acciones ocurren en forma casual o automática, pero lo que en verdad ocurre es que hay algoritmos minuciosamente programados y diseñados por humanos, que digitan e interpretan cada cosa que hacemos (Danesi, 2022, p. 85). Eso ocurre en un amplio abanico de situaciones, que involucran, por ejemplo, las opciones de respuesta automática, el “empujón” que recibimos para ver videos de series durante horas, para jugar rondas adicionales de juegos en línea, o mediante la recompensa de la dopamina que nos espera al revisar en forma constante las redes sociales. La optimización de los productos y servicios digitales, mediante máquinas poderosas, pero carentes de flexibilidad, equivale a “empujar” a los seres humanos (Webb, 2021, pp. 177 y 183).

El uso problemático de internet se vincula a síntomas de enfermedad mental, como depresión, baja autoestima, ansiedad, falta de sueño y comportamiento obsesivo-compulsivo. Y son los niños y jóvenes los más vulnerables. En efecto, los niños y preadolescentes están expuestos a las redes sociales en forma mucho más temprana de lo conveniente, lo que los expone a una afectación del desarrollo cognitivo,⁹ entre otros trastornos, como la ansiedad. Ello sin contar la posibilidad cierta de ser sujetos pasivos de algún delito, daño o engaño por parte de otras personas con las que interactúan. Al respecto, se cuenta con datos que

⁹ En tal sentido, hay publicaciones científicas que concluyen que el hecho de que los niños se dediquen a jugar videojuegos después de hacer los deberes escolares interfiere en el proceso de memorización. Lo mismo ocurre “con la exposición repetida a las radiofrecuencias que emiten los teléfonos móviles” (Desmurget, 2021, p. 27).

apuntan que las personas de entre dieciséis y veinticuatro años pasan una media de más de siete horas al día en internet, y uno de cada cuatro niños y jóvenes exhibe un uso problemático o disfuncional de los teléfonos inteligentes (adicción) (Parlamento Europeo, 2023, p. 5).

Las pantallas corroen los tres pilares básicos del desarrollo infantil. El primer pilar dice relación con las interacciones humanas

Cuanto más tiempo pase el menor con su smartphone, su televisor, su ordenador, su tableta o su videoconsola, más se alterarán, desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, los intercambios familiares. Del mismo modo, cuanto más se pierdan los progenitores en los meandros digitales, menor será su disponibilidad [...]. El segundo pilar corresponde al lenguaje. En este ámbito, las pantallas ejercen dos acciones complementarias: de entrada, alteran el volumen y la calidad de la interacción verbal a edades tempranas; más adelante, obstaculizan la entrada en el mundo de la escritura [...]. El tercer pilar es de la concentración. Sin ella, es imposible estructurar el pensamiento en torno a un objetivo. Sin embargo, las nuevas generaciones están inmersas en un entorno digital que promueve de un modo peligroso la distracción. (Desmurget, 2021, pp. 296-297).

El uso de pantallas en el tiempo de ocio también tiene un impacto en la salud de niños y adolescentes, con tres efectos perjudiciales: alteran gravemente el sueño, pilar esencial del desarrollo; incrementan en gran medida el nivel de sedentarismo y, en tercer lugar, los contenidos riesgosos asociados sexo, al tabaco, al alcohol, al consumo de determinados alimentos y sustancias, a la violencia, entre otros, inundan el espacio digital en todos los soportes existentes (Desmurget, 2021, p. 341).

Para tratar de detener y, si es posible, revertir las consecuencias dañosas detectadas a partir de la confección del informe al que refiere la Resolución del Parlamento Europeo del 12 de diciembre de 2023, se han proyectado los próximos pasos a seguir. La Comisión Europea está estudiando la necesidad de actualizar varias leyes sobre protección de los consumidores para garantizar su protección no solo en el mundo tangible, sino también en el entorno digital. En consecuencia, está previsto que haya propuestas concretas en un futuro próximo. Por ahora, el informe del Parlamento Europeo es su contribución al análisis de los problemas que se suscitan en torno a los productos y servicios digitales, junto a la imperiosa necesidad de avanzar en un diseño ético de los mismos.

5. A modo de conclusión

Las futuras regulaciones normativas deben, necesariamente, contemplar aspectos éticos vinculados al diseño de aplicaciones, plataformas y otros. No debe actuarse en forma reactiva, sino preventiva, habida cuenta de los delicados bienes y valores en juego, como la privacidad, la salud y la dignidad de los usuarios.

Hay que hacerse cargo de estos temas desde un punto de vista ético y jurídico, incorporando al debate una genuina preocupación por el bienestar de las personas y su entorno; en resumidas cuentas, se necesita una vuelta al humanismo,¹⁰ que contemple no solo una planificación de los usos adecuados y esperados de las tecnologías, sino que también pueda prever y anticipar a los usos indebidos e inesperados de las mismas (Webb, 2021, p. 22). Precisamente, no es una casualidad que algunos autores planteen que la humanidad está enfrentando una crisis existencial, pues nadie se está formulando una pregunta sencilla, pero de un

¹⁰ Es a lo que apela Roger Campione, al referirse a los tiempos actuales, en que imperaría una “filosofía humaquinista del Derecho (Campione, 2020, pp. 91-138).

ingente trasfondo: “¿qué le ocurre a la sociedad cuando le transferimos el poder a un sistema creado por un pequeño grupo de personas, un sistema diseñado para tomar decisiones por todo el mundo?” (Webb, 2021, pp. 23).

El respeto a la dignidad humana involucra no solo un resguardo de la libertad de escoger o no un determinado servicio, sino, principalmente, el otorgar al usuario un trato acorde a su condición de sujeto que es siempre un fin y nunca un medio. A eso apuntan las preocupaciones y las medidas que aspira a dar forma, en un futuro cercano, el Parlamento Europeo. Esperemos que dicho proceder sea imitado por los demás ordenamientos jurídicos y entidades, a nivel nacional y global.

Bibliografía citada

- Bieri, P. (2017). *La dignidad humana. Una manera de vivir*, Pereña, F. (traducción). Herder.
- Bihr, B. (2020). Dark patterns, Warcraft, and cybersex: the addictive face of predatory online platforms and pioneering policies to protect consumers. *Jurimetrics*, 60 (4): pp. 431-462.
- Campione, R. (2020). *La plausibilidad del derecho en la era de la inteligencia artificial. Filosofía carbónica y silícica del derecho*. Dykinson.
- Caycedo, C. y Monroy, D. (2019). *El consentimiento del consumidor*. Universidad Externado de Colombia.
- Cianmicino, M. (2024). Private Law and Consumer Protection Paradims facing (Digital) ‘Addictions’. *European Review of Private Law*, 5: pp. 803-826.
- Danesi, C. (2022). *El imperio de los algoritmos. IA inclusiva, ética y al servicio de la humanidad*. Galerna.
- Desmurget, M. (2021). *La fábrica de cretinos digitales. Los peligros de las pantallas para nuestros hijos*. Cortés, L. (traducción). Planeta Chilena S.A.
- Kant, I. (2012). *Fundamentación para una metafísica de las costumbres*. Aramayo, R. (traducción). Alianza Editorial.
- Otero, M. (2006). *Dignidad y solidaridad. Dos derechos fundamentales*. Porrúa/Universidad Panamericana.
- Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. El Tiempo Casa Editorial, S.A.
- Sadin, E. (2023). *Anatomía del espectro digital*. Milos, D. (traducción). Saposcat.
- Sunstein, C. (2014). *Why Nudge? The Politics of Libertarian Paternalism*. Yale University Press.
- Sunstein, C. y Thaler, R. (2017). *Un pequeño empujón (Nudge). El impulso que necesitas para tomar mejores decisiones sobre salud, dinero y felicidad*. Urrutia, B. (traducción). Taurus.
- Walker, N. (2023). Ética, algoritmos de inteligencia artificial y ofertas personalizadas de bienes y servicios. En Barrientos, F. y Santelices, C. (directores); Pérez-Toril, S. (editora), *Estudios de Derecho del Consumidor V. XI Jornadas Nacionales de Derecho de Consumo*. Tirant lo Blanch.
- Webb, A. (2021). *Nueve gigantes. Las máquinas inteligentes y su impacto en el rumbo de la humanidad*. Correa, M. (traducción). Paidós.

Normas citadas

- Parlamento Europeo (2023). Resolución del Parlamento Europeo 2023/2043 (12/12/2023) Sobre el diseño adictivo de los servicios en línea y la protección del consumidor en el mercado único de la Unión.