

Más allá de la optimización: El impacto humano de tratar el arte del software como propiedad privada

Carlos Andrés Abarca Mora

Joshua Corrales

Dilan Hernandez

Este artículo de opinión examina cómo el software pierde su sentido más humano, creativo y orientado al bien común cuando queda atravesado por intereses privados. Comenzamos analizando el caso de la inteligencia artificial, una tecnología que nació con la promesa de ampliar el conocimiento, facilitar tareas y aportar soluciones útiles, pero que también puede terminar respondiendo más a la rentabilidad que al beneficio social.

Luego, exploramos el papel de la interfaz y el diseño digital, mostrando cómo lo que antes podía entenderse como una forma de acercar la máquina a las personas hoy muchas veces se usa para dirigir conductas, captar atención y provocar mayor interacción. Finalmente, nos enfocamos en las redes sociales como el ejemplo más visible de esta transformación. Aunque surgieron con la idea de conectar personas, compartir intereses y abrir espacios de expresión, con el tiempo pasaron a funcionar bajo una lógica comercial que busca retener usuarios, aumentar el consumo y convertir la atención en ganancia.

A partir de estos tres casos, sostenemos que el software no es neutral; sino que refleja las decisiones y prioridades de quienes lo desarrollan. En ese proceso, se debilita su dimensión artística, libre y genuina, y es reemplazada por dinámicas marcadas por la productividad, la permanencia y el lucro. Así, la tecnología deja de servir plenamente a las personas y comienza, en parte, a servirse de ellas. En conjunto, cuestionamos la idea de progreso tecnológico cuando este avance no prioriza la sensibilidad, la comunidad ni la expresión auténtica.

Este análisis surge desde una inquietud personal: ser un cliente más de los productos que encontramos en el mercado, los cuales comenzaron como una excelente herramienta que facilitaba tareas de la vida diaria y poco a poco tomaron una dirección orientada a la productividad y la explotación de interacciones de los

clientes. No se trata solo de un análisis técnico, sino de una postura crítica ante un mercado que ha convertido nuestra experiencia humana en su principal mercancía.

El software en un inicio comenzó como una idea creativa, como una solución a problemas o incluso como una forma de expresión artística, pero en la práctica es diferente, es tratado como propiedad privada de una empresa o de un desarrollador. La transición de “bien común” a un producto privado no solamente afecta el quién contra el código fuente, sino que también afecta el cómo se diseña y para qué es utilizado. Muchas veces prioriza la eficiencia, los datos y los ingresos por encima del impacto social y humano que este pueda llegar a tener.

Cuando el software se convierte en propiedad privada, las empresas ejercen presión para que este se optimice por encima de todo, beneficiando a la empresa a costa del bienestar ambiental, social y psicológico de las personas. Por ejemplo, las redes sociales han pasado de ser plataformas diseñadas para conectar a las personas a ser espacios digitales publicitarios con algoritmos creados para maximizar el tiempo de uso y atención de dichas plataformas por medio de patrones considerados adictivos. Lo mismo sucede con la experiencia de usuario (UX): lo que en sus orígenes percibimos como un arte para hacer las interfaces amables y comprensibles, parece haber mutado hacia lo que podríamos llamar un “motor de dopamina”. Desde nuestra perspectiva, esta evolución prioriza la cantidad de clics, la interacción y la inmersión por encima de la comodidad o la autonomía del usuario.

En el presente artículo sostenemos que el software debe de ser tratado como un bien común y no como un producto de propiedad privada. Argumentamos que cuando el software es encerrado en licencias restrictivas y sólo se buscan tendencias que beneficien el comercio, se pierde su potencial de este como herramienta artística, colaborativa, transparente y al servicio de las comunidades y se termina reforzando las dinámicas de explotación, adicción y desigualdad.

La inteligencia artificial logra representar de manera acertada esta tensión entre el software como un bien común y como propiedad privada. En su origen, la inteligencia artificial surge con un propósito creativo y científico: la idea de construir un sistema capaz de simular e imitar el pensamiento humano, siendo capaz de resolver problemas complejos y lograr ampliar el conocimiento colectivo. Su misión, en teoría, era la de beneficiar a la sociedad, facilitando tareas, mejorando procesos

complejos y haciendo que el acceso a la información sea más sencillo. No obstante, cuando esta tecnología es desarrollada en un modelo de propiedad privada, su propósito se disipa y se comienza a mover a objetivos más comerciales, donde la eficiencia, la productividad y la rentabilidad se convierten en las prioridades centrales.

Aunque reconocemos los aportes de la IA en salud o educación, es imperativo visibilizar sus amenazas. Como advierte la UNESCO, “estos rápidos cambios también plantean profundos dilemas éticos, ya que los sistemas de inteligencia artificial pueden reproducir prejuicios y generar discriminación, además de afectar derechos fundamentales si no se diseñan y utilizan de manera responsable” (UNESCO, 2024). Frente a esto, consideramos que la IA carece de neutralidad: materializa los sesgos de quienes la programan. Al subordinar esta tecnología a intereses corporativos privados, denunciaremos el peligro crítico de que la rentabilidad económica se imponga sobre el bien común, automatizando y profundizando las desigualdades.

Por otro lado, una parte del software actual es la UI, que se enfoca en la estética, el arte, la estructura y la apariencia del mismo. Los sistemas operativos pasaron de ser terminales para el uso meramente funcional a ser más orgánicas, humanas y se abrió un nuevo concepto para el usuario. Mark Asher (2017) afirma que “la interfaz de usuario se dirige hacia formas orgánicas de interactividad que son nativas de nuestra biología” (traducción propia). Podríamos interpretarlo como un intento de adaptar la máquina como si fuera otra extensión de nosotros, una especie de simbiosis. Este modelo ya sea seguido por personas o empresas, es notorio en los principios de la creación de las ideas, productos o programas, especialmente, en el momento en que el cliente no ha mostrado patrones que estimulen las interacciones del usuario.

No obstante, la relación máquina-humana se ha invertido. La interfaz de usuario (UI) abandonó su esencia artística para subordinarse al beneficio corporativo, donde el diseño persigue “crear interfaces que respeten el tiempo de los usuarios, reduzcan la frustración y, sí, los hagan hacer clic” (Raikwar, 2025, traducción propia). Así, la UI se instrumentalizó para hiperestimular y monetizar nuestra atención. Como alternativa a este modelo extractivista, resulta esencial reivindicar el software libre como un verdadero bien común. A diferencia del software

propietario, que diseña interfaces para manipular a un consumidor pasivo, el ecosistema libre se basa en la transparencia y la colaboración comunitaria. Este enfoque devuelve a la tecnología su propósito emancipador, priorizando la autonomía humana y las necesidades colectivas por encima de la rentabilidad publicitaria.

Bajo la misma línea del estímulo mental negativo y adictivo, resulta crítico observar cómo las redes sociales representan una degeneración del propósito original del software, el cual ha sido cooptado por intereses privados hasta despojarlo de su esencia artística y conectiva. Si bien estas herramientas nacieron con la promesa utópica de eliminar barreras geográficas y democratizar los espacios de encuentro, nuestro análisis sugiere que hoy operan en una dirección diametralmente opuesta al bien común. Lejos de ser plataformas al servicio de la interacción, estas han adoptado lo que Zuboff (2019) define como la lógica del capitalismo de vigilancia. Al operar bajo este modelo, sostenemos que el verdadero propósito del software ya no es conectar a los usuarios, sino expropiar su experiencia humana, su tiempo y atención para convertirla en materia prima. En consecuencia, el diseño adictivo que observamos hoy no es un fallo accidental, sino un requisito estructural de un negocio que prioriza la extracción de datos conductuales por encima del bienestar social.

Las redes se han convertido en el ejemplo más claro de un software de carácter comercial con fines de lucro, al usar algoritmos diseñados de forma analítica y estructurada. Estos “responden a una lógica comercial propia de la economía de la atención, en la cual captar, retener y monetizar el tiempo del usuario constituye el objetivo central de las plataformas” (Logatt Grabner & Parra Bolaños, 2025, p. 135). Elementos como los videos cortos, las publicaciones y las historias son altamente efectivos para captar la atención del consumidor y reforzar su intención de adquirir. Detrás de esto existe un diseño que personaliza dichos elementos, explotando vulnerabilidades emocionales que pueden llevar a la adicción. De manera silenciosa, convierten al propio consumidor en un agente activo dentro del proceso publicitario, dejando en evidencia la pérdida de la esencia artística inicial de las redes, cada vez más orientadas al rendimiento comercial que a la expresión genuina.

En suma, la evolución del software en áreas críticas como la inteligencia artificial, el diseño de interfaces y las redes sociales revela una trayectoria de desplazamiento desde ideales humanistas hacia imperativos estrictamente comerciales. La transición de la IA de herramienta de conocimiento colectivo a un modelo de rentabilidad privada subraya la pérdida de neutralidad tecnológica, donde el sesgo y la eficiencia económica suelen prevalecer sobre la ética social. De igual manera, la metamorfosis de la interfaz de usuario —que ha pasado de buscar una simbiosis orgánica con la biología humana a convertirse en un mecanismo de extracción de atención— evidencia cómo la estética y la creatividad se han subordinado a la productividad del clic.

Finalmente, el fenómeno de las redes sociales representa la culminación de esta tensión, donde la promesa original de conectividad global ha sido absorbida por la economía de la atención. Al explotar vulnerabilidades emocionales mediante algoritmos diseñados para la retención perpetua, el software bajo el régimen de propiedad privada deja de ser un espacio de expresión genuina para transformarse en una infraestructura de consumo. En última instancia, recuperar la esencia del software como un bien común requiere no solo un rediseño técnico, sino un cambio de paradigma que priorice la autonomía del usuario y el impacto social por encima de la lógica de la monetización sistemática.

Berners-Lee (1999) sostiene que “la web es más una creación social que técnica. La diseñé para un objetivo social, ayudar a la gente a trabajar junta y no como un juguete técnico. El beneficio último de la tecnología es servir a la humanidad” (p. 123). Tal como la web, consideramos que todo software tiene que servir como una herramienta que extienda las capacidades del ser humano, en conocimiento y técnica. Para no perder el horizonte de la tecnología necesitamos enfocarnos en las necesidades cotidianas, aprender a pensar de manera no productiva y salir de la caja de la productividad para poder crear soluciones, y código “bello” que explore lo que la máquina privada-productiva no alcanza.

Referencias

- Asher, M. (18 de julio de 2017). *A brief history of UI and what's coming*. Adobe Blog. <https://blog.adobe.com/en/publish/2017/07/18/a-brief-history-of-ui-and-whats-coming>
- Berners-Lee, T. (1999). *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by its Inventor*. HarperSanFrancisco.
- Comisión Europea. (s. f.). *Inteligencia artificial: riesgos y oportunidades*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/excellence-and-trust-artificial-intelligence_es
- Logatt Grabner, C., & Parra-Bolaños, N. (2025). Adicción a las redes sociales, marketing digital y diseño algorítmico: Un análisis multidimensional de un fenómeno global con implicancias en la salud mental. *Lexenlace: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho*, 2(2), 132-139. <https://revistalexenlace.com/index.php/ojs/article/view/13/36>
- Raikwar, H. (23 de enero de 2025). *Psychology tricks to boost clicks: How top designers use cognitive science in UX*. UX Planet. <https://uxplanet.org/psychology-tricks-to-boost-clicks-how-top-designers-use-cognitive-science-in-ux-c79d442b12ec>
- UNESCO. (2024). *Ética de la inteligencia artificial*. <https://www.unesco.org/es/artificial-intelligence/recommendation-ethics>
- Zuboff, S. (2019). *La era del capitalismo de la vigilancia: La lucha por un futuro humano frente al nuevo poder corporativo*. Paidós.